

دراسات إسلامية

جمهورية مصر العربية

وزارة الأوقاف

المجلس الأعلى للشئون الإسلامية

سلسلة تصدر

في منتصف كل شهر عربى

# الإعلام والدعوة الإسلامية

وتداعيات أحداث ١١ سبتمبر

أ. السيد عبد الرؤوف

العدد [٨٤]

القاهرة

جمادى الآخرة ١٤٢٣هـ - أغسطس / سبتمبر ٢٠٠٢م

دراسات إسلامية

جمهورية مصر العربية  
وزارة الأوقاف  
المجلس الأعلى للشئون الإسلامية

سلسلة تصدر  
في منتصف كل شهر عربى

## الإعلام والدعوة الإسلامية

وتداعيات أحداث ١١ سبتمبر

أ. السيد عبدالرؤف

العدد [٨٤]

القاهرة

جمادى الآخرة ١٤٢٣هـ - أغسطس / سبتمبر ٢٠٠٢م

يشرف على إصدارها

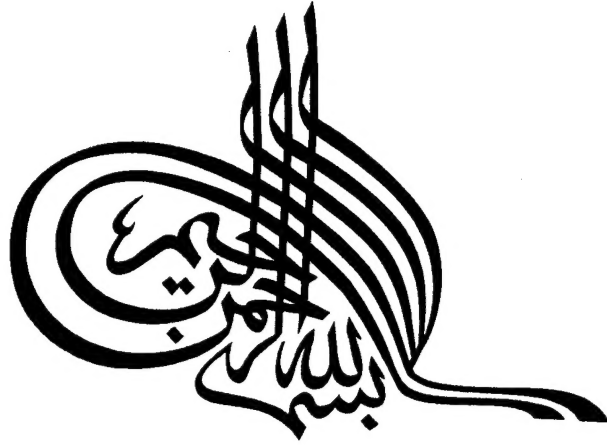
الدكتور/ محمود حمدي زقزوق

وزير الأوقاف

ورئيس المجلس الأعلى للشئون الإسلامية

الدكتور/ عبدالصبور مرزوق

نائب رئيس المجلس الأعلى للشئون الإسلامية



\_\_\_\_\_

بسم الله الرحمن الرحيم

---

## تقديم

أ . د . محمود حمدي زقزوق  
وزير الأوقاف

الدعوة الإسلامية بلاغ للناس برسالة إلهية جاءت على يد خاتم الأنبياء محمد ﷺ ومن بعده حمل الدعوة إليها على مدى أربعة عشر قرناً من الزمان علماء الأمة الذين تفقهوا في الدين امتثالاً للتوجيه الإلهي : « فلولاً نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا في الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم » (١) .

وقد بين لنا القرآن الكريم منهج الدعوة إلى دين الله في قوله تعالى : « ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن » (٢) .

---

(١) التوبة : ١٢٢ .

(٢) النحل : ١٢٥ .

ومن الواضح أنه ليس كل إنسان لديه القدرة على حمل لواء الدعوة الإسلامية وإبلاغها للناس . فالتفقه في الدين بكل ما يعنيه هذا التعبير القرآني من معنى ، واتباع المنهج القرآني المشار إليه ، وتجسيد الداعية لتعاليم الإسلام وأخلاقه في أقواله وأفعاله وسائر سلوكه ، كل هذه مقومات أساسية للتصدي لمهمة الدعوة الإسلامية . ويضاف إلى ذلك أمر هام وهو الاسترشاد بالطريقة المثلى التي كان يتبعها صاحب الدعوة محمد ﷺ ، والتي تشمل على التبشير لا التفتير ، والتيسير لا التعسير ، والترغيب قبل التهيب ، والبشاشة لا العبوس ، وغرس الأمل في النفوس بدلاً من اليأس والقنوط .

ولا شك في أن ذلك كله يتطلب العديد من الوسائل المساعدة حتى ينجح الداعية في دعوته ويؤدي مهمته على خير وجه ، وبخاصة في عصرنا الحاضر ، عصر ثورة المعلومات والاتصالات والثورة العلمية والتكنولوجية . ومن هنا كانت الحاجة ماسة لتزود الدعاة وتمكنهم من شتى الوسائل المساعدة في مخاطبة الناس والتأثير فيهم على نحو إيجابي يدفعهم إلى المزيد من العمل والإنتاج من أجل خير كل الناس . وليس هناك من شك في أن الإعلام في عصرنا الحاضر قد أصبح له دور بالغ الأهمية والتأثير في حياة الأفراد والجماعات . وقد تطور الإعلام اليوم تطوراً غير مسبوق . فهناك الإعلام المسموع والمقروء والمرئي ، وهناك الإعلام عن طريق الإنترنت الذي أصبح في فترة زمنية قصيرة منتشراً في كل مكان في

العالم على نطاق واسع . ويشترك الإعلام مع الدعوة الإسلامية فى أن كلاً منهما يريد إيصال رسالة معينة إلى الجماهير مع اختلاف فى المضمون بطبيعة الحال .

ونظراً لأن التحديات أمام الدعوة الإسلامية اليوم قد اختلفت عن ذى قبل ، والظروف التى يعيشها عالمنا المعاصر قد تغيرت بشكل مستمر ، والتشويه المتعمد للإسلام والمسلمين فى وسائل الإعلام الدولية قد وصل إلى حد خطير لا يجوز السكوت عليه فقد أصبح التعاون بين الدعوة والإعلام مسألة ضرورية . ومن هنا يجرى الحديث اليوم عن الإعلام الإسلامى الذى يمكن القول بأنه يعنى توظيفاً للإعلام بكل إمكاناته فى المساعدة على نشر الدعوة الإسلامية ، والتعريف بالإسلام فى الداخل والخارج ، وذلك باستخدام أحدث ما وصل إليه الإعلام من وسائل التأثير والإقناع .

وقضية التعاون بين الدعوة والإعلام من القضايا التى شغلت الأخ الكريم الأستاذ / السيد عبد الرؤوف ، الذى قضى أربعين عاماً فى حقل الإعلام تولى خلالها العديد من المواقع الإعلامية كان آخرها توليه رئاسة تحرير جريدة عقيدتى مدة عشر سنوات تقريباً .

ومن الطبيعى أنه قد استخدم كل خبراته الإعلامية فى إنجاح هذه الجريدة الإسلامية حتى ترسخت أقدامها وأصبحت لها جذور ثابتة فى الأرض وفروع ممتدة فى سماء الدعوة الإسلامية . ولعل تجربة " عقيدتى " قد رسخت لدى الأستاذ السيد عبد الرؤوف ضرورة تأكيد



الصلة بين الدعوة والإعلام . وقد تجلى هذا الاهتمام فى العديد من البحوث والمقالات وأوراق العمل التى شارك بها فى العديد من المؤتمرات والندوات التى اهتمت بهذه القضية ، وبالإضافة إلى ذلك فإن رئاسة الأستاذ السيد عبد الرؤوف للجنة الإعلام الدينى فى المجلس الأعلى للشئون الإسلامية قد جعلته يشعر بمسئولية مضاعفة فى هذا الصدد .

وفى الصفحات التالية يعرض علينا تصورات حول " الإعلام والدعوة الإسلامية وتداعيات أحداث الحادى عشر من سبتمبر " من العام الماضى . وقد أضاف إلى الكتاب العديد من الملاحق التى تشتمل على حصيلة ونتائج بعض المؤتمرات التى اهتمت بهذا الموضوع بالإضافة إلى مشروع تنظيم جهاز الإعلام الإسلامى للأخ الأستاذ الدكتور / عبد القادر حاتم وغير ذلك من ملاحق هامة .

ويسعد المجلس الأعلى للشئون الإسلامية أن ينشر هذا الكتاب فى سلسلة دراسات إسلامية فى حلقتين يطالع القارئ الكريم فى هذا الجزء الحلقة الأولى تتلوها الحلقة الثانية فى كتاب آخر . ونسأل الله للمؤلف المزيد من التوفيق والسداد وأن ينفع به وبما يقدمه من عطاء متواصل بإذن الله لما فيه خير الدعوة الإسلامية وتقدمها وازدهارها .  
والله ولى التوفيق ...،،

جمادى الآخرة ١٤٢٣هـ

أ . د . محمود حمدى زقزوق

أغسطس ٢٠٠٢م

بسم الله الرحمن الرحيم

## مقدمة

منذ زمن بعيد ونحن نناقش قضايا الإعلام والدعوة الإسلامية . وكنا دائماً نطالب بتطوير الإعلام حتى يساير العصر ويأخذ بأحدث منجزات العلم والتكنولوجيا . وكنا ندعو إلى تقوية ودعم الإعلام فى البلاد الإسلامية وعلاج مشكلاته حتى يتحقق له الاستقلال والتخلص من التبعية للإعلام الغربى الذى تسيطر على جانب منه الصهيونية وعلى جانب آخر المصالح الاستعمارية التقليدية ، وعلى جانب ثالث التيارات العلمانية المخاصمة للدين ، وحتى يتمكن هذا الإعلام من تحصين المجتمعات الإسلامية فى مواجهة التيارات الوافدة ، وحتى يقدم هذا الإعلام صورة صحيحة للإسلام والمسلمين فى مواجهة محاولات تشويه هذه الصورة .

وكنا أيضاً نطالب بتطوير مناهج وأساليب الدعوة الإسلامية وإعداد وتأهيل الدعاة ورعايتهم حتى يعيشوا عصرهم ويأخذوا بعلومه وتقنياته ، ويلموا بقضاياها ومنجزاته فى كافة الميادين ، ومن ثم يتمكنوا من الإسهام فى نهضة الأمة الإسلامية وفى تقديم الإسلام لغير المسلمين بأفضل الأشكال والأساليب تطبيقاً لقوله سبحانه وتعالى مخاطباً رسوله الكريم : ﴿ ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة

الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين » (١) .

وبالقول المأثور : " خاطبوا الناس على قدر عقولهم " .

ولأن الإعلام والدعوة عملان مستمران من ناحية ومتلازمان ومتكاملان — من المنظور الإسلامى — من ناحية أخرى فقد كان لابد من الاستمرار فى المناقشة وطرح الرؤى والأفكار ، والعمل الفعلى لنقل هذه الرؤى والأفكار من حيز التفكير إلى حيز التدبير ثم إلى حيز التنفيذ الفعلى .

وجاءت أحداث الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١م لتحديث ما يشبه الزلزال الذى هز الثوابت وكشف المستور وأثار فتناً كانت كامنة . وأضحى الإعلام والدعوة الإسلامية بحاجة إلى حركة سريعة لأداء الأدوار والوظائف المنوطة بهما ، ولمواجهة موجة الكراهية والعداء ضد الإسلام والعنف ضد المسلمين ، بسبب الربط بين الإسلام والإرهاب وتصوير الحرب والعدوان على بعض البلاد الإسلامية على أنها حرب ضد الإرهاب .

ولما كنت قد شاركت فى مناسبات عديدة فى مناقشة قضايا الإعلام والدعوة الإسلامية قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وبعدها ، وقدمت عدة أبحاث ومقالات وأوراق عمل . فقد رأيت من

---

(١) النحل : ١٢٥ .

الواجب جمعها وتنسيقها وإعادة النظر فيها وإعادة صياغة بعضها  
وتزويدها بالملاحق اللازمة بحيث تكون فى مجموعها مرجعاً لمن  
شاء من الإعلاميين والدعاة والقراء .

أسأل الله تعالى أن أكون قد وفقت فيما قصدت وأن يجعل هذا  
العمل خالصاً لوجهه الكريم ، إنه نعم المولى ونعم النصير .

السيد عبد الرؤوف

---

## الإعلام الإسلامى وتحديات القرن الحادى والعشرين

فتحت أحداث الحادى عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م وتداعياتها التى مازالت مستمرة حتى الآن ملف الإعلام الإسلامى ودوره فى خدمة قضايا الأمة الإسلامية . فإلى جانب التحديات القديمة والتقليدية التى كان هذا الإعلام يواجهها طرحت هذه الأحداث تحدياً جديداً هو الدفاع عن الإسلام ذاته فى مواجهة حملة الكراهية التى استعرت فى الغرب ضد الإسلام وكل ما هو إسلامى ليس لأسباب دينية بحتة وإنما لأسباب وأهداف سياسية وعسكرية واقتصادية مشبوهة فى مقدماتها السيطرة على مقدرات وثروات العالم وخاصة مقدرات وثروات الأمة الإسلامية التى تشكل نحو ربع العالم من حيث المساحة وعدد السكان والثروات الطبيعية ، وتمثل ما هو أكثر من ذلك بحكم إمكاناتها الروحية الكامنة والمستمدة من الدين الإسلامى الحنيف الذى يدعو للعلم والعمل ويرفض الظلم واستغلال الإنسان للإنسان كما يرفض الإرهاب على عكس ما يروج أعداؤه .

وتتطلب أهمية الحديث فى هذه القضية من أن الإعلام بأشكاله وأساليبه ووسائله وصوره المختلفة يلعب دوراً حيوياً فى بناء المجتمعات ورفق الشعوب ونهضة الأمم .

وتحتاج المجتمعات إلى العمل الإعلامى فى زمن السلم وزمن الحرب على حد سواء . وقد ازداد دور الإعلام وتنامى نموها مطردا مع تطور المجتمعات البشرية ونموها وازدياد حاجتها للمعرفة على مختلف مستوياتها وبكافة أشكالها .

وقد شهد ربع القرن الأخير تطوراً مذهلاً فى مجالات وفنون ووسائل الإعلام فاق ما تحقق منذ اكتشفت الحفريات القديمة التى دلت على رغبة الإنسان فى المعرفة وفى الإعلام والتواصل من خلال اللغة بكل مستوياتها ، وذلك بفضل التقدم الهائل فى العلوم الطبيعية مثل الفيزياء والكيمياء والرياضة التى أفرزت إنجازات غير مسبوقة فى مجالات الاتصال وعلومه وفنونه ، وكذلك التقدم فى العلوم الإنسانية مثل علم النفس والاجتماع والتربية . وبفضل هذا التقدم صار العالم أشبه بقرية إلكترونية صغيرة يستطيع الإنسان بلمسة زر وبالتحكم عن بُعد أن يعرف ما يجرى فيها من أقصى شرقها إلى أقصى غربها ومن أبعد نقطة فى شمالها إلى أدنى بقعة فى جنوبها ويتابع الأحداث وقت وقوعها . وصرنا نتحدث لا عن المعلومات ولكن عن المعلوماتية وعن الانفجار المعرفى وعن شبكة الإنترنت التى بدت فى البداية لغزاً محيراً وعالمأ مجهولاً لكنها من خلال ملايين أجهزة الهاتف والحاسب الآلى المبتوثة فى كل مكان من العالم صارت متاحة لا فى مراكز صنع القرار ولا فى المؤسسات والمراكز العلمية والتعليمية والبحثية أو المؤسسات الاقتصادية

والإنتاجية الكبرى فحسب بل صارت متاحة للباحثين والدارسين والأفراد العاديين مقابل اشتراكات رمزية وبلا مقابل فى كثير من الأحيان .

ويتبادل الإعلام والمجتمع التأثير والتأثر سلباً وإيجاباً .. فلا يمكن تخيل إعلام متقدم يستخدم أحدث أساليب التكنولوجيا ومنجزات العلوم الحديثة ويمارس حرية تداول المعلومات وحقوق النقد وحرية التفكير والتعبير فى مجتمع متخلف اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً . ولا يمكن للإعلام بالتالى أن يقوم بدوره فى تشكيل وتغيير اتجاهات الرأى العام ما لم تتوافر له الإمكانيات الأدبية والمادية والعلمية والبيئة السياسية والاجتماعية التى تمكنه من أداء وظائفه على نحو صحيح . وكذلك لا يمكن أن يحقق المجتمع تطوره المنشود ويصل إلى أهدافه بغير إعلام رشيد يستشرف واقعه ويحمل تطلعاته إلى مستقبل أفضل ويعبر عنها أفضل تعبير ومن ثم يعزز إرادة التغيير ويوصلها ويدفعها إلى الأمام .

وقد كان التطور فى الإعلام مواكباً للتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية . ومن ثم ففى خط مواز للحديث عن العولمة فى السياسة والاقتصاد ظهرت نظرية النظام الإعلامى العالمى الجديد .

والإعلام الإسلامى وإن كان يشترك مع الإعلام العالمى فى الظروف والوظائف إلا أن له خصوصيته التى تميزه . وعندما



نتحدث عن الإعلام الإسلامى فلسنا بصدد مناقشات غير مجدية لإثبات إن كان هناك إعلام إسلامى أم لا ؟! أو تحديد ما هو المقصود بالإعلام الإسلامى وهل هو كل ما يصدر ويُنشر ويُذاع فى البلاد الإسلامية أو هو الإعلام الدينى ؟

ونقول إن الإعلام فى البلاد الإسلامية سواء أكان مقروءاً أم مسموعاً أم مرئياً ، وسواء أكان عاماً أم متخصصاً ، وسواء أكان مملوكاً للدولة أم للأفراد والهيئات أم كانت ملكيته مختلطة له ذات الخصوصية — مع فروق غير ذات تأثير كبير — ويواجه المشكلات نفسها والتحديات ذاتها .

## أهداف الإعلام الإسلامى

إذا كانت للإعلام أهدافه العامة ووظائفه التى يؤديها فإن الإعلام الإسلامى له أهداف خاصة تضاف إلى الأهداف والوظائف المشتركة وهى :

أولاً : تحقيق الشريعة الإسلامية التى ينبغى أن تصبغ المجتمع الإسلامى فى علاقاته الداخلية والخارجية .

ثانياً : مواكبة الدعوة الإسلامية والمشاركة فى توصيل رسالتها .

ثالثاً : مواجهة المفاصد التي يمكن أن يصاب بها الإعلام ، والأخرى التي ترد من الإعلام الوافد والذي لا يتمشى مع المبادئ والقيم والتقاليد الإسلامية (١) .

وتأتى أهمية معرفة هذه الأهداف والتمسك بها من الحقائق التي يجب أن تكون حاضرة في وعي القائمين على العمل الإعلامي في الدول الإسلامية وهي (٢) :

\* إن مبادئ الإعلام السليم التي نحن في أشد الحاجة إليها الآن في مجالات الدعوة المختلفة تتضح لنا في أجلى صورة وأوضح بيان في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وهي تمثل توجيهاً إلهياً وسنة تتصف بكل الكمال .

\* إننا نواجه في هذا العصر بتيارات فكرية معادية لمبادئ الإسلام وللاذيان بصفة عامة . وهي تسعى لغزو عقول الشباب في كل أنحاء العالم ، ومقاومة مثل هذه التيارات ينبغي أن تتم في إطار الأساليب والوسائل التي اتبعها رسول الله ﷺ بتوجيه من ربه وحقت كل هذا النجاح والانتشار للدين القيم .

---

(١) نحو إعلام إسلامي . إعلامنا إلى أين ؟ المستشار الدكتور على جريشة مكتبة وهبة - القاهرة - ١٩٨٩ م .

(٢) الإعلام في القرآن الكريم . الدكتور محمد عبد القادر حاتم . القاهرة .

\* إن غياب الإعلام السليم أتاح الفرصة للدعايات المغرضة التى تسعى لاحتكار الدعوة لنفسها والتأثير بها على الجماهير وخاصة الشباب سواء لدفعهم نحو التطرف أو التفوق أو الانحراف مما يمثل دعوة إلى الهدم أو الجمود فى عالم يبنى ويتقدم بإيقاع سريع مما يؤخر الأمة الإسلامية عن ملاحقة التقدم الحضارى الذى نجحت فى تحقيقه أول عهدا بالإسلام .

\* إن ثورة الاتصال العالمية وما حققته من تقدم هائل تتيح لوسائل الإعلام السليمة وأساليب الاتصال التى اتبعت فى نشر الإسلام أن يحقق أفضل النتائج .

وبالنظر إلى واقع الإعلام الإسلامى نجد أنه يسعى لتحقيق هذه الأهداف ، لكنه لا يحققها فى الواقع العملى إلا بنسبة ضئيلة جداً وأن إمكاناته وظروفه الحالية تعوقه عن أن يحقق هذه الأهداف كما هو مفترض وأنه بالتالى مطلوب معالجة الكثير من العلل والأخطاء التى يعانى منها الإعلام الإسلامى حتى يمكن أن ينهض بمهمته على النحو المأمول .

ويمكن أن نعتبر المشكلات التى يعانى منها الإعلام الإسلامى على المستوى الداخلى أو على المستوى الخارجى تحديات يجب أن نواجهها بصراحة وموضوعية .

\* من هذه المشكلات المواءمة بين الأصالة والمعاصرة ، بين المحافظة على الشخصية الأصيلة للمجتمع الإسلامى وقيمها وأعرافها

وعاداتها وتقاليدها وبين المستجدات العالمية الوافدة ، وبكلمات أخرى حل الصراع بين قوى التجديد والقوى المحافظة .

\* ومن هذه المشكلات مساحة الحرية المتاحة : حرية الحصول على المعلومات وحرية تداول المعلومات وحرية نقل المعلومات .. حق وسائل الإعلام في التعبير .. وحق المواطن في المعرفة .. والتوازن بين هذه الحقوق والحريات وبين متطلبات الأمن القومي أو متطلبات استقرار النظم السياسية . والمعروف أن هذه الحقوق والحريات تتناسب تناسباً طردياً مع مقدار ما يتمتع به المجتمع من حريات سياسية عامة ، فإن أجهزة الإعلام في مقدمة من يتأثر سلباً أو إيجاباً بما هو متاح من مساحة للحرية .

\* ومن هذه المشكلات مشكلة ملكية وسائل الإعلام وهل هي مملوكة للدولة مباشرة أو في شكل غير مباشر ، أم هي مملوكة لأحزاب سياسية أو لشركات أو هيئات أو أفراد ؟ ولا يخفى تأثير عامل الملكية على وضع السياسات ورسم التوجهات الخاصة للجهاز الإعلامي سواء أكان صحيفة أم مجلة أم خدمة إذاعية أم تليفزيونية . وقد كانت هذه المشكلة ظاهرة في المجتمعات الغربية وغير محسوسة نسبياً في المجتمعات الإسلامية حتى تعددت وسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة أو مشتركة وأصبح الجمهور قادراً على المقارنة واكتشاف الفروق بين ما يقدم في كل من هذه الوسائل .

\* ومن هذه المشكلات ضعف البنية الاقتصادية والإدارية والفنية والبشرية فى كثير من وسائل الإعلام فى البلاد الإسلامية، وعدم مساهمتها للتقدم العلمى والتكنولوجى العالمى . ورغم أن بعض المؤسسات الصحفية الكبرى صارت تطبع صحفها فى عدة مراكز على مستويات وطنية وعالمية مستخدمة فى ذلك الأقمار الصناعية والميكروويف ، وأن قنوات فضائية متعددة أصبحت تبث إرسالها من الدول الإسلامية وللدول الإسلامية وغيرها ، فإن مجمل الصورة يحتاج إلى الكثير من رأس المال والكثير من التطوير .

\* ومن هذه المشكلات أن القوى البشرية العاملة فى أجهزة الإعلام بحاجة إلى كثير من الجهد والإعداد والتوجيه .. فمناهج التعليم والإعداد للإعلاميين فى معظم البلاد الإسلامية تخلو تقريباً من أى مضمون دينى دعوى ، وتركز على علوم الاتصال وفنون العمل الإعلامى المتخصصة . وكثير من وسائل الإعلام لا تشترط للعمل فيها دراسة متخصصة فى الإعلام . والقائمون على الدعوة لا يدرسون بأى قدر مناسب علوم وفنون الاتصال . ومن هنا فإن ثمة فجوة لابد من العمل على سدها .

\* ومن هذه المشكلات أن المجتمعات الإسلامية تواجه غزواً فكرياً تغريبياً .. وقد كان هذا الغزو محل خلاف وهل هو حقيقة أم وهم ؟ ولكن الحقيقة أن كثيراً من الأفكار والفلسفات والشعارات التى تطلقها التيارات العلمانية الموجودة فى العديد من البلاد الإسلامية والتى

ترفع شعارات الحداثة والتتوير إنما هى فى حقيقة الأمر إفرارات  
غربية وردت إلى البلاد الإسلامية من خلال الباحثين والكتب  
والبعثات ، ومن خلال المبعوثين المسلمين الذين درسوا فى الغرب  
وتأثروا بمناهجه وثقافته . وبعض هذه الأفكار والفلسفات والشعارات  
يمكن تطويعها واستثمارها لخدمة نهضة الأمة الإسلامية وبعضها  
يتعين رفضه لمنافاته المبادئ الإسلامية .

\* ومن هذه المشكلات الحملة الضارية ضد الإسلام والمسلمين  
ومحاولة ربط الإسلام بالإرهاب والتخلف . وليس خافياً ما يحاول  
الكثيرون فى الغرب على المستويات السياسية والثقافية والإعلامية  
غرسه فى أذهان ووجدانات الجماهير الغربية من أن الإسلام هو  
الخطر القادم والعدو البديل بعد انهيار الشيوعية – العدو الأحمر –  
وهذا يمثل تحدياً للإعلام الإسلامى الذى يتعين عليه العمل على تغيير  
هذه الأفكار وتصحيح هذه الصورة . وقد زاد هذا التحدى شدة  
وضراوة بعد أحداث ١١ سبتمبر عام ٢٠٠١ م .

\* ومن هذه المشكلات غياب التنسيق الإعلامى بين المؤسسات  
الإعلامية الإسلامية لعدم وجود استراتيجية واضحة متفق عليها بين  
الدول الإسلامية . وبسبب هذا الغياب فإن الجهود التى بُذلت من  
أجل تقديم الإسلام تقديماً صحيحاً لغير المسلمين ظلت قاصرة لأنها  
فردية تقتصر إلى التجانس والتكامل .

## مواجهة مخاطر التخلف

وقد أدرك المسئولون عن الإعلام في البلاد الإسلامية مخاطر التخلف والقصور والتشرذم في المجال الإعلامي فبدأت الاتصالات واللقاءات والندوات والمؤتمرات على مستويات رسمية وغير رسمية لدراسة واقع الإعلام الإسلامي ومشكلاته وطموحاته وتحدياته . وعُقد مؤتمر تحضيرى في قبرص عام ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م أقر عدداً من التوصيات كانت هي محور مناقشات المؤتمر العالمى الأول للإعلام الإسلامى الذى عُقد في جاكرتا عاصمة إندونيسيا فى العام التالى، وصدرت عن هذا المؤتمر عدة توصيات تتعلق بدعم الإعلام الإسلامى . ولعل من أبرز ما أسفر عنه المؤتمر هذه الأمور :

**الأول :** إقرار ميثاق جاكرتا للإعلام الإسلامى المكون من أربع مواد تدور فى مجملها حول واجبات الإعلاميين المسلمين فى الدعوة للإسلام والدفاع عنه ، وجمع كلمة المسلمين ، ومناهضة الأفكار الهدامة ، ومواجهة الحملات المغرضة ، والالتزام بالآداب الإسلامية فى ممارسة المهنة الإعلامية .

**الثانى :** الدعوة لإنشاء صندوق عالمى لدعم الإعلام الإسلامى .

الثالث : إنشاء أمانة عامة دائمة للمؤتمر فى مكة المكرمة تنظم وتنسق شئون الإعلام والإعلاميين المسلمين (١) .

وفى ضوء قرارات وتوصيات مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الثانى فى كراتشى تم تأسيس وكالة الأنباء الإسلامية الدولية لخدمة الدول الإسلامية . واعتمد لها دستور عمل . ولكن هذه الوكالة لم تنهض بالدور المنوط بها ولم تتحول إلى وكالة حقيقية قادرة على منافسة وكالات الأنباء العالمية (٢) .

وكذلك تأسست منظمة إذاعات الدول الإسلامية لنشر الدعوة الإسلامية ، والاهتمام بالتراث الإسلامى ، والتعريف بالقضايا الإسلامية ، والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية ببعضها ، وتعميق روح الإخاء الإسلامى فيما بينها ، ودعم العلاقات بين أعضاء المنظمة لتوحيد جهودها فى خدمة أهدافها المشتركة ، والتعريف بالأسس السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية التى ترتكز عليها دعوة التضامن الإسلامى ، وتبادل البرامج الإذاعية والأخبار والمعلومات الفنية ، وكذلك تدريب الموظفين فى المجالات الإذاعية للمنظمة ، والتنسيق فى مجالات الإرسال الإذاعى وتخطيط البرامج فيما بين أعضاء المنظمة وتنظيم التعاون مع المنظمات

---

(١) انظر البيان الصادر عن مؤتمر جاكارتا فى ملاحق هذا الكتاب .

(٢) دستور وكالة الأنباء الإسلامية العالمية (إينا) .



الدولية للإذاعات بحيث تضمن المنظمة دفاعاً موحداً عن متطلباتها في الجداول اللاسلكية للموجات وفي غيرها من المسائل التي تهمها ، وحل كافة المشاكل الإذاعية التي تحدث بين الأعضاء بروح الأخوة الإسلامية وضمن إطار المجلس التنفيذي أو الجمعية العامة للمنظمة ، وتنمية التعاون بين المؤسسات الفنية للدول الأعضاء وتطويرها وصولاً إلى مستوى العلاقات الأخوية بين الأقطار الشقيقة (١) .

كذلك بدأت خطوات للتنسيق على المستوى الرسمي ، وبدأت تعقد مؤتمرات للإعلام على المستوى الوزاري . وكان أول مؤتمر في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية عام ١٤٠٩هـ — ١٩٨٨م وكان المؤتمر الثاني في القاهرة عام ١٤١٢هـ — ١٩٩٢م .

وتوالت الاجتماعات على المستويات الرسمية ، كما توالت محاولات إنشاء أجهزة مشتركة للقيام بتنسيق الجهود الإعلامية بين الدول الإسلامية ولكن هذه الجهود لم تترجم بعد إلى مشروعات وبرامج ومن ثم إلى واقع ملموس .

---

(١) النظام الأساسي لمنظمة إذاعات الدول الإسلامية .

## حلول مقترحة للمستقبل

وعندما نتحدث عن حلول للمشكلات القائمة التي أوردناها فيما سبق فليس لنا أن نبالغ أو أن نغرق فى الخيال فإن تطبيق أى مقترحات أو توصيات أو دعوات سيظل مرتبطاً بأشخاص الإعلاميين وبقدرة المؤسسات الإعلامية وبالواقع السياسى والاقتصادى والاجتماعى وبإفرازاته الفكرية والثقافية .

وهذا لا يعنى بأى حال أن نتوقف عن النظر والبحث والسعى للتغيير . بل إن النظر والبحث والسعى للتغيير هى فى مقدمة أولويات الإعلاميين المسلمين .

ولعلنا ونحن نبحث عن الحلول لسنا بحاجة لأكثر من أن نعود إلى ما سبق إصداره من قرارات وتوصيات ، ونجرى مراجعة لما تم تنفيذه وما لم يتم تنفيذه ، ونفرز أى إنجازات تحققت ونعمل بكل جد على تنفيذ ما لم يتم تنفيذه . وللتذكير بأهم ما صدر من مقترحات وتوصيات نورد بعضاً منها على النحو التالى :

\* توفير الحرية الكاملة لوسائل الإعلام فى الدول الإسلامية على أن يقابل هذه الحرية التزام الإعلاميين بالقيم الإسلامية ، وائتزام أجهزة الإعلام بإتاحة الفرصة للرأى والرأى الآخر احتراماً لحق الإنسان فى المعرفة .

\* تبنى المفكرين والمتقنين الإسلاميين العمل على تثبيت ودعم فكرة استلهاهم القيم الإسلامية فى مختلف المجالات وإثبات قدرتها على استيعاب مختلف أشكال المعرفة والعلوم الحديثة وقدرتها على تحقيق تنمية وتقدم المجتمع والرقى بأفراده .

\* التحرك السريع والواعى بأبعاد المرحلة الحالية بكل تحدياتها وخطورتها لمواجهة الخطر القادم من خلال الغزو السافر للبيت المباشر الذى يؤدى الاستسلام له إلى تشويه عقائد الأمة والتشكيك فى قيمها ، ولا تتأتى هذه المواجهة إلا بإنتاج برامج متطورة على مستوى علمى وفنى متقدم تواجه البرامج الموجهة إلينا فى إطار خطة منظمة وهادفة لتتقيد الفرد المسلم وتحصينه ضد الثقافات الوافدة والغريبة على مجتمعنا الإسلامى .

\* قيام وزراء الإعلام فى الدول الإسلامية بتبنى موائيق شرف الإعلام الإسلامى الصادرة عن المؤتمرات والندوات السابقة وتحويلها إلى دساتير ومناهج عمل يلتزم بها العاملون فى قطاعات الإعلام الرسمية . وتبنى المسئولين عن أجهزة الإعلام غير الرسمية نفس الموائيق والتعريف بها وتحويلها كذلك إلى دساتير ومناهج عمل للعاملين فى هذه الأجهزة .

\* العمل على إنتاج مواد وبرامج خاصة للأطفال ذات بُعد إسلامى يمكن استخدامها فى مختلف محطات وقنوات الإذاعة والتلفزيون

للدول الإسلامية مع مراعاة عمومية الفكرة واستخدام الأفكار  
والمفردات المشتركة بين الدول الإسلامية .

\* تبني ميثاق شرف للإعلان في المؤسسات العاملة في هذا المجال  
في البلاد الإسلامية يكون ملتزماً بالقيم والأخلاقيات الإسلامية في  
التأليف والتصميم والتنفيذ . وألا تتضمن الإعلانات أية إشارات أو  
تلميحات مثيرة للغرائز .

\* دعوة العاملين في مجال البرامج الدينية إلى تغيير مفهوم البرامج  
من حيث الأشكال التقليدية التي تقدم بها ، وتقديمها في صورة جديدة  
تناسب ومعطيات العصر .

\* قيام أقسام وكليات الإعلام في البلاد الإسلامية بتدريس العلوم  
الإسلامية ضمن مناهجها ، بحيث يمكن تخريج إعلاميين دارسين  
لعلوم الإعلام والعلوم الشرعية في نفس الوقت .

\* قيام أجهزة الإعلام في البلاد الإسلامية بإتاحة الفرصة لخريجي  
أقسام وكليات الإعلام الدارسين للعلوم الشرعية للالتحاق بها .

\* الالتزام في نشر أخبار الجريمة بتحري الحقيقة وصيانة  
الأعراض والحفاظ على الصورة العامة للمجتمع المسلم . وتوخي  
الحذر في نشر تفاصيل وأساليب ارتكاب الجريمة .

\* قيام تعاون حقيقى بين وكالات الأنباء في الدول الإسلامية يتمثل  
في تبادل الخدمات الإعلامية والمصورة والتغطية المشتركة للأحداث  
في الدول الإسلامية وفي العالم .

\* العناية بتدريب وتأهيل الكوادر الإعلامية . ووضع برامج متنوعة لإعداد هذه الكوادر منذ بداية التحاقها بالعمل لربطها بالتطورات الحديثة فى مجالات أساليب العمل والأداء المهنى والتطورات التكنولوجية فى مجالات الاتصال المختلفة . وتزويدها بالتقافة الإسلامية التى تمكنها من الاستفادة بتحصيلها العلمى والتدريبى فى خدمة قضايا المجتمعات الإسلامية .

\* توجيه عناية خاصة بالأقليات المسلمة فى الدول المختلفة وخاصة للمجتمعات المسلمة فى الغرب ويشمل ذلك الاهتمام بقضايا هذه الأقليات والتعريف بها تعريفاً كافياً لدى أبناء الدول الإسلامية لتهيئة جو متعاطف . والنظر فى توجيه خدمة إذاعية خاصة لتبليغ المفاهيم الإسلامية الصحيحة لهذه البلاد والأقليات .

\* توجيه عناية خاصة لنشر الأخبار والتحقيقات والتحليلات عن الدول الإسلامية لتحقيق تواصل معرفى بين أبناء المسلمين فى دول العالم .

\* الاستفادة من إمكانات القمر الصناعى العربى Arab Sat والقمر الصناعى المصرى Nile Sat لتحقيق الترابط بين الدول الإسلامية وخدمة أهداف التنمية الشاملة فيها من خلال البرامج المشتركة وتبادل بث الخدمات الإذاعية والتليفزيونية بين هذه الدول .

\* الالتزام بالمظهر الإسلامى والسلوك الإسلامى من جانب الإعلاميين ، خاصة عند الظهور على شاشة التليفزيون فى الشكل والملبس والأداء (١) .

---

(١) البيان الختامى لندوة الإعلام الإسلامى بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل  
بجامعة الأزهر بالقاهرة ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م .

---

## توظيف الإعلام فى خدمة الدعوة

الحديث عن الإعلام الإسلامى والدعوة الإسلامية حديث متصل ويجب أن يظل كذلك . والتفاعل بينهما أمر مهم جداً حتى يحقق الإعلام دوره المنوط به فى خدمة الدعوة وحتى تتجح الدعوة فى تحقيق رسالتها . وقد يبدو العاملان مختلفين وهذا صحيح ، فالاختلاف أمر طبيعى . ومع ذلك فالخيط الذى يفصل بين الإعلام والدعوة خيط رفيع جداً . وهناك من القواسم المشتركة ما يجعل العلاقة بينهما علاقة تفاعل وتكامل لا علاقة تنافس وتزاحم ، أو علاقة تناقض وتضاد .

**\*\* أول هذه القواسم المشتركة أن كلاً من الإعلام والدعوة عمل اتصالى ، والعناصر الأساسية فى كل منهما واحدة : المرسل - المرسل إليه - الرسالة - الوسيلة - رجوع الصدى ( التغذية المرتجعة ) .** ويختلف عدد المستقبلين أو المتلقين للرسالة حسب طبيعة الوسيلة المستخدمة وقدرتها على الوصول إلى أوسع مساحة وأكبر عدد من الأفراد .

فعلى سبيل المثال كانت الصحف فى بداياتها تطبع مئات النسخ وبدون ألوان وتطورت فأصبحت تطبع ألواناً ، ثم عشرات فمئات



الألوف فملايين النسخ . وكانت الصحيفة تصدر طبعة واحدة فصارت تصدر عدة طبعات يومياً . وكانت لا تصل إلى كل الأنحاء فى الوطن الواحد بسبب صعوبات النقل ، ولكن شبكات الميكروويف والأقمار الصناعية حلت المشكلة فأصبح فى مقدور إدارة الصحيفة أو المجلة أن تصدر فى عدة بلاد فى مختلف أنحاء العالم فى الوقت نفسه .

والتلفزيون والإذاعة كانت إمكاناتهما فى تغطية الأحداث محدودة . وبفضل وسائل الاتصال الحديثة أصبح بمقدور المستمع أو المشاهد أن يتابع الأحداث فى لحظة وقوعها سواء أكانت هذه الأحداث لقاءات سياسية أم كانت معارك حربية أم مباريات رياضية أو غيرها . أكثر من ذلك فإن الأقمار الصناعية وشبكات الميكروويف أيضاً جعلت البث المباشر ( على الهواء ) فى خدمة المشاهد من حيث انتقاله من طرف سلبى لا دور له إلا الاستماع والمشاهدة إلى طرف إيجابى يشارك فى برامج الهواء بالرأى والسؤال والمناقشة . وقد أدى ذلك كأثر تلقائى إلى زيادة مساحة الحرية حتى فى المجتمعات المحافظة . وأبرز مثال على ذلك ما حدث من تطور فى الإعلام العربى نتيجة ظهور القنوات الفضائية الخاصة . فقد اضطرت القنوات الحكومية سواء أكانت فضائية أم أرضية لأن تطور نفسها وتحسن أسلوب أدائها حتى لا تفقد جماهيرها .

ومن آثار التطور فى وسائل الاتصال أيضاً وانتشار القنوات الفضائية وشبكات الكابلات التليفزيونية أن انتشر التليفزيون المدفوع أى مقابل اشتراك سواء فى القنوات المشفرة أم فى قنوات الكبلات . وهكذا أصبح هناك إعلام انتقائى . ولم يعد المشاهد مقيداً بقنوات بعينها . وتزامن مع هذا أيضاً انتشار الكمبيوتر . وشاع استخدام شبكة المعلومات الدولية " Inter net " التى تشتمل على ملايين المواقع ويتدفق عبرها يومياً عشرات الملايين من المعلومات فى مختلف أنحاء العالم . وصار بوسع أى وسيلة إعلام أو حتى أى فرد أن يحجز لنفسه موقعاً على الإنترنت يبيث من خلاله ما يشاء من معلومات ، أو على الأقل يحصل على عنوان بريدى يتلقى عليه ويرسل منه ما يشاء من رسائل وبكل اللغات .

هذه الإنجازات الهائلة فى وسائل الاتصال بقدر ما هى فى متناول الإعلام وفى خدمته صارت أيضاً فى متناول الدعوة وفى خدمتها . وهى تتيح للدعوة فرصة هائلة ونقلة نوعية وتفتح أمامها آفاقاً جديدة تتجاوز أحلام الدعاة فى عصور سابقة لم يكن متاحاً فيها من وسائل الاتصال سوى المنابر وقاعات الدرس واللقاءات الشخصية أو المطبوعات محدودة التوزيع ، فصار بوسع الداعية أو الإمام أو العالم أن يخاطب الملايين بعد أن كان فى وقت من الأوقات لا يصل صوته إلا إلى عشرات الأفراد . وأصبح بوسعه أن يصل برسالته الدعوية إلى الناس فى كل الأوقات بعد أن كان

محكوماً بوقت خطبة الجمعة أو درس العصر أو غير ذلك . وأن يصل إليهم فى كل مكان بعد أن كان المسجد وحده هو مكان اللقاء الأساسى .

وعلى جانب آخر فإن هذه التطورات المذهلة فى وسائل وعلوم وفنون الاتصال ساهمت بدور كبير فى توسيع دائرة معارف الإعلاميين والدعاة بصفة عامة . كما أن اتساع قاعدة الجماهير التى يخاطبها الإعلامى والداعية أصبحت تفرض متطلبات علمية وثقافية أوسع وأعمق مما كان فى عصور سابقة . إذ أنه من غير المستساغ أو المقبول أن يكون الإعلامى أو الداعية أقل معرفة من أفراد جمهوره بالقضايا المعاصرة . ومن ثم فقد صار من واجب الداعية أن يتحصن بالثقافة الشاملة والعميقة قدر المستطاع .

### وظائف الإعلام

\*\* ثانى القواسم المشتركة أن لكل من العاملين - الإعلام والدعوة - وظائف يتعين عليه أن يؤديها كلياً أو جزئياً . فإن قصر أو قعد عن أدائها فإن ذلك لا يكون إلا لخلل فى جهاز الإعلام أو الدعوة سواء أكان خللاً فى التوجهات أم كان فى السياسات أم كان فى أشخاص القائمين بالعمل الإعلامى أو الدعوى .

ومن المتعارف عليه أن وظائف الإعلام هى :

— الإخبار .

- التوجيه ( وتدخل فيه الدعوة ) .
- التثقيف ( ويدخل فيه التعليم ) .
- الترفيه .
- الترويج ( التسويق والإعلان ) .
- الخدمة العامة .

## وظائف الدعوة

ومن المتعارف عليه أيضاً أن للدعوة وظائف هي :

— التبليغ .. لقوله تعالى : ﴿ يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته والله يعصمك من الناس إن الله لا يهدي القوم الكافرين ﴾ <sup>(١)</sup> .

— التبيين : لقوله تعالى : ﴿ هذا بيان للناس وهدى وموعظة للمتقين ﴾ <sup>(٢)</sup> .

وقوله عز وجل : ﴿ ونزلنا عليك الكتاب تبياناً لكل شيء ﴾ <sup>(٣)</sup> .

(١) المائدة : ٦٧ .

(٢) آل عمران : ١٣٨ .

(٣) النحل : ٨٩ .

وقوله سبحانه : ﴿ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ ﴾ (١) .

وقوله عز من قائل : ﴿ وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ إِلَّا لِتُبَيِّنَ لَهُمُ الَّذِي اخْتَلَفُوا فِيهِ ﴾ (٢) .

— الشهادة : لقول الله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِداً وَمُبَشِّراً وَنَذِيراً \* وَدَاعِياً إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجاً مُنِيراً ﴾ (٣) . وقد جمعت هذه الآية مع الشهادة كلاً من البشارة ( التبشير ) والإنذار .

— البشارة والإنذار : لقوله سبحانه : ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيراً وَنَذِيراً ﴾ (٤) .

وقوله جل جلاله : ﴿ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيراً وَنَذِيراً وَإِنْ مِنْ أُمَّةٍ إِلَّا خَلَا فِيهَا نَذِيرٌ ﴾ (٥) .

وقوله سبحانه : ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّراً وَنَذِيراً ﴾ (٦) .

---

(١) النحل : ٤٤ .

(٢) النحل : ٦٤ .

(٣) الأحزاب : ٤٥-٤٦ .

(٤) سبأ : ٢٨ .

(٥) فاطر : ٢٤ .

(٦) الإسراء : ١٠٥ .

وقوله تعالى : ﴿ فإِذَا يسرناه بلسانك لتبشّر به المتقين وتنذر به قوماً لُدًّا ﴾ (١) .

وقوله عز وجل : ﴿ يا أيها المدثر \* قم فأنذر ﴾ (٢) .

وقوله تعالى : ﴿ هذا بلاغ للناس ولينذروا به ﴾ (٣) .

— الموعظة أو الوعظ : لقوله تعالى : ﴿ يا أيها الناس قد جاءتكم موعظة من ربكم وشفاء لما فى الصدور وهدى ورحمة للمؤمنين ﴾ (٤) .

— التذكير : لقوله سبحانه : ﴿ فذكر إنما أنت مذكر \* لست عليهم بمسيطر ﴾ (٥) .

وقوله جل شأنه : ﴿ وذكر فإن الذكرى تنفع المؤمنين ﴾ (٦) .

— النصيحة : لقوله عز وجل : ﴿ ليس على الضعفاء ولا على المرضى ولا على الذين لا يجدون ما ينفقون حرج إذا نصحوا لله ورسوله ﴾ (٧) .

(٣) إبراهيم : ٥٢ .

(٢) المدثر : ١-٢ .

(١) مريم : ٩٧ .

(٦) الذاريات : ٥٥ .

(٥) الغاشية : ٢١-٢٢ .

(٤) يونس : ٥٧ .

(٧) التوبة : ٩١ .

**\*\* ثالث هذه القواسم المشتركة أن كلاً من الإعلام والدعوة يجمعان في ثناياهما بين العمومية والخصوصية . فالأصل أن الإعلام بوظائفه المتعددة موجه لكل أفراد الجمهور ؛ والأصل أن الدعوة موجهة للناس كافة ؛ ومع ذلك فكل من الإعلام والدعوة يمكن أن يكون موجهاً لفئة أو فئات معينة من الجماهير . فالبرامج فى الإذاعة والتلفزيون والمواد المنشورة فى الصحف والمجلات ، وكذلك الدروس فى المساجد وقاعات الدرس والندوات يمكن أن تكون موجهة لكل فئات الجمهور . كما يمكن أن تكون هناك برامج وأركان ومواد خاصة موجهة لشرائح وفئات مختلفة حسب الجنس والسن ومستويات التعليم والتخصص ومجالات العمل والاهتمام . وفى كل من الإعلام والدعوة يختلف مستوى الخطاب حسب مقتضى الحال ومستوى الجماهير وقديماً قالوا : " لكل مقام مقال " فما يقال فى ملتقى مفكرين وعلماء يختلف فى أسلوبه ومستواه عما يقال فى قاعة تدريس للطلبة وكذلك عما يقال فى ندوة عامة ، وعما يقال فى برنامج تليفزيونى موجه للجماهير العامة أو ينشر فى صحيفة عامة يقرأها أساتذة الجامعة كما يقرأها بسطاء التعليم والثقافة .**

وفى الإعلام المرئى والمسموع تختلف البرامج السياسية والاقتصادية المتخصصة عن البرامج العامة . وتختلف البرامج الموجهة إلى الطلبة عن البرامج الموجهة للمزارعين . وهذه وتلك تختلف عن البرامج الترفيهية . والأعمال الدرامية التى تشاهدها

الأسرة مجتمعة تختلف عن الأعمال الدرامية الخاصة بالأطفال سواء من حيث الأفكار أو الأشكال أو طريقة المعالجة .

والأمر كذلك فى الدعوة . فإن أسلوب الخطاب الموجه إلى العامة يختلف - ويجب أن يختلف - عن أسلوب الخطاب الموجه إلى شرائح متخصصة وعلى درجة عالية من المعرفة العامة والثقافة الدينية بصفة خاصة . والخطبة الملقاة فى مجتمع زراعى تختلف عن تلك التى تلقى فى منطقة صناعية لها ظروف واهتمامات وقضايا مختلفة . وتختلف عنهما الخطبة التى تلقى فى حي من الأحياء السكنية لا اتصال له بالزراعة أو بقضايا الصناعة . صحيح أن المبادئ والمثل والقيم واحدة لا تتغير ، ولكن الذى يتغير هو اختيار النماذج واستخدام الأسلوب الأمثل للوصول إلى عقول الناس وقلوبهم .

وكذلك فإن الخطاب الموجه للجمهور المسلم لابد أن يختلف عن الخطاب الموجه للجمهور غير المسلم لاختلاف الهدف واختلاف المعتقد ودرجة الاستعداد للقبول . ومخاطبة المسلمين فى بلاد الإسلام تختلف - ولابد أن تختلف - عن مخاطبة الأقليات المسلمة فى البلاد غير الإسلامية لاختلاف القضايا والاهتمامات والمشكلات والظروف السياسية والاقتصادية والنظام التعليمى وثقافة المجتمع .



## تحديات مشتركة

**\*\*** ومن القواسم المشتركة بين الإعلام والدعوة أنه بينما أمامهما الفرصة متاحة بلا حدود للاستخدام والاستفادة من منجزات العلم والتكنولوجيا في مجالات الاتصال المختلفة واستغلال وسائلها وأدواتها المختلفة - بدءاً من منبر المسجد أو قاعة المحاضرات ومن النشرة والكتاب محدودى التوزيع إلى آفاق الإنترنت التى كسرت الحواجز وتخطت الحدود . وكذلك الأقمار الصناعية التى حولت العالم إلى ما يشبه البيت الزجاجى بعد أن كان يطلق عليه القرية الإلكترونية الصغيرة - فإن هذه الإنجازات مع ما تقدمه من فرصة غير مسبقة أمام الإعلام والدعوة فإنها أيضاً تمثل خطراً داهماً وتحدياً كبيراً يتعين على الإعلام والدعوة فى البلاد الإسلامية أن يتصديا لهما . وقد كنا منذ عقد من الزمان نحذر من مخاطر البث المباشر ندعو إلى ضرورة استباق الزمن وتنفيذ خطط وبرامج للارتقاء بالإعلام الإسلامى وتحصين المجتمعات الإسلامية ضد الغزو الفكرى الوافد عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت . والآن صار البث المباشر حقيقة وصار الفضاء يعج بالأقمار الصناعية . وصارت القنوات الفضائية بالآلاف تبتث بكل اللغات واللهجات . وفى البداية حاولت بعض الدول أن تشوش على هذا البث فلم تتجح ،

وحاولت دول أخرى أن تضع قيوداً على استخدام وسائل النقطة البث الفضائي ثم تفجح . ولم يعد أمام الإعلام والدعوة في البلاد الإسلامية سوى أن تطور أساليبها وأدواتها حتى تستطيع أن تواجه الإعلام الوافد . وهذا التحدي يضاف إلى التحديات التي تحدثنا عنها في موضع آخر والتي تتعلق ببنية الإعلام الإسلامي والظروف السياسية والاجتماعية التي يعمل في إطارها .

ولأن الإعلام الإسلامي والدعوة يواجهان معاً هذا التحدي فقد أضيف إلى أعبائهما عبء مواجهة الآثار السلبية الناجمة عن التفجيرات التي وقعت في برجى مركز التجارة العالمي في نيويورك ومبنى وزارة الدفاع الأمريكية " البنتاجون " في واشنطن في الحادي عشر من شهر سبتمبر عام ٢٠٠١م . فقد أشعلت هذه التفجيرات حالة من العنف والكراهية ضد الإسلام والمسلمين في الغرب . وقد شكلت الإدارة الأمريكية ما أسمته " التحالف الدولي ضد الإرهاب " وقامت بسلسلة طويلة من الأعمال بدءاً بضرب أفغانستان وتفكيك تنظيم القاعدة وجماعة طالبان وتغيير النظام الحاكم في أفغانستان إلى تحقيق وجود عسكري أمريكي نشط في دول وسط آسيا المحيطة بأفغانستان إلى تجنيد أجهزة المخابرات في مختلف الدول لخدمة العمليات العسكرية الأمريكية البريطانية ، إلى التهديد بضرب ما أسماه الرئيس الأمريكي جورج بوش محور الشر ، إلى تصنيف بعض الدول كراعية للإرهاب وتصنيف العديد من المنظمات — بما فيها منظمات

المقاومة المعترف بها دولياً - كمنظمات إرهابية ، إلى تعقب أرصدة وحسابات هذه المنظمات وكثير من الأفراد ومصادرتها أو تجميدها بدعوى اتصالها بتنظيم القاعدة الذى يقوده أسامة بن لادن إلى إصدار قوانين تتيح التصنت والقبض العشوائى والمحاكمة العسكرية - الاستثنائية - للمشتبه فى تورطهم فى أى علاقة بالتنظيمات الإرهابية ، إلى المطالبة بتغيير مناهج التعليم الدينى فى بعض البلاد الإسلامية بعد اتهام هذه المناهج بأنها تغذى الفكر المتطرف ، إلى تقييد دخول أبناء البلاد الإسلامية إلى الولايات المتحدة حتى بقصد التعليم ، إلى التضييق على من هم مقيمون فيها بالفعل .

## حقائق ما بعد سبتمبر

وقد كشفت تداعيات أحداث سبتمبر ٢٠٠١م عن العديد من الحقائق :

\* أولى هذه الحقائق : أنه فى الوقت الذى ينتشر فيه الإسلام فى الغرب بقوته الذاتية ، وبجهود دعوية متواضعة وغير منسقة ومع وجود تيار متعقل متفهم لدور الإسلام باعتباره ديناً سماوياً يدعو للتسامح ويسهم فى صنع الحضارة الإنسانية ، فإن هناك تياراً يمينياً (سياسياً) وأصولياً رجعياً (دينياً) يحمل حقداً وكرهية غير محدودين للإسلام ، ولديه ثارات قديمة وتراكمات تاريخية يتحين الفرصة لكى يصفىها مع الإسلام والمسلمين .

\* ثمانية هذه الحقائق : أن الحركة الصهيونية العنصرية المسيطرة على قطاع حيوى من المنظومة الإعلامية الغربية وخاصة فى الولايات المتحدة ، وكذلك على قطاعات رئيسية من المؤسسات السياسية ومراكز صنع القرار السياسى والمراكز العلمية والبحثية فضلاً عن المؤسسات العسكرية والمالية هى التى تبت وتغذى هذه النظرة العنصرية التى اتخذت أشكالاً متعددة ، سواء فى صورة قرارات ، أم فى صورة تصريحات من كبار المسئولين ، أم فى صورة سلوكيات عدوانية ضد المسلمين الوافدين أو المقيمين فى هذه البلاد . ومن ذلك :

— تصريح الرئيس الأمريكى جورج بوش فى بداية الحملة العسكرية الأمريكية البريطانية على أفغانستان ، الذى ورد فيه ذكر شن حرب صليبية على الإرهاب مما استدعى للأذهان ذكريات الحروب الصليبية الأولى التى شنتها أوروبا على البلاد الإسلامية لأهداف استعمارية — ودينية متعصبة — تحت لواء الصليب . ولأن هذا التصريح أحدث ردود فعل سلبية فى البلاد الإسلامية والعربية التى تسعى الإدارة الأمريكية لتجنيدھا إلى جانبھا فى حملتها العسكرية صدرت إيضاحات تنفى البعد السياسى أو الدينى لهذا المصطلح . وأشار المتحدث باسم البيت الأبيض الأمريكى إلى أنه مصطلح دارج أصبح يطلق على أى عملية عسكرية كبيرة ، ولا يقصد به استهداف الإسلام أو المسلمين . ورضى المسلمون بهذا التبرير ، وقام الرئيس

بوش بزيارة المركز الإسلامى والتقى بعدد من قادة المسلمين الأمريكيين كما دعا عدداً من كبار زعماء الجالية الإسلامية وبعض السفراء على حفل إفطار رمضانى . وأصدر الكونجرس الأمريكى قراراً بتجريم التحرش بأى مواطنين أمريكيين بما فى ذلك المسلمون .

— التصريح الذى أدلى به رئيس الوزراء الإيطالى سيلفيو بيرلسكونى لدى زيارته لألمانيا ، والذى أشار فيه إلى أن الحضارة الإسلامية أدنى مستوى من الحضارة الغربية . وقد أحدث هذا التصريح موجة من الاستياء وردود الفعل الغاضبة فى البلاد الإسلامية وفى أوروبا ، بل وفى إيطاليا ذاتها باعتباره تصريحاً غير مسئول ومن شأنه إثارة الفتنة وإذكاء الخلافات بين المسلمين والمسيحيين . واضطر رئيس الوزراء الإيطالى إلى الالتقاء بعدد من سفراء الدول الإسلامية . وأشار إلى أن تصريحه قد عزل عن سياقه وأسى فهمه وتوظيفه . وأصدر بيرلسكونى بعد ذلك بفترة تصريحاً حاول به أن يزيل الآثار السلبية لتصريحه الأول . لكن العبرة هى بما نطق به لسانه وعبر به عن عمق الكراهية للإسلام والمسلمين لدى بعض صنّاع القرار فى الغرب .

— الطلب الذى تقدم به أحد النواب اليمينيين للبرلمان الإيطالى لغلق إيطاليا فى وجه المهاجرين المسلمين . وهذا الاقتراح وإن لم يلق

تأييداً عاماً فإنه يعبر أيضاً عن النزعة العنصرية خاصة ضد المسلمين .

— التحرشات والاعتداءات والإساءات التي تعرض لها المسلمون في الولايات المتحدة وأوروبا ، والتي تراوحت بين السب والضرب والإهانة اللفظية والاعتداء البدني ومهاجمة المساجد والحرمان من الحقوق المدنية بما فيها منع ركوب الطائرات وإجراءات التفتيش الذاتي في المطارات ، وبين التهديد بالقتل وتنفيذ هذا التهديد . بل إن أحد حراس الرئيس الأمريكي جورج بوش منع من صعود طائرته لأنه مسلم . وقد اضطر بعض علماء المسلمين إزاء ما تتعرض له النساء المسلمات في الدول الغربية من اعتداءات إلى الإفتاء بجواز خلع غطاء الرأس (الحجاب) إذا خشين على حياتهن من الاعتداء .

— القوانين والقرارات التعسفية التي اتخذتها الإدارة الأمريكية والتأييد الجائر للعدوان الإسرائيلي على الشعب الفلسطيني وإنكار حقه في مقاومة العدوان من خلال تجريم أعمال المقاومة وإدراج منظمات المقاومة كمنظمات إرهابية .

— القيود التي فرضتها الدول الأوروبية خلال اجتماعاتها في أسبانيا خلال شهر يونية ٢٠٠٢م على الهجرة إليها وهي هجرة تنطلق بصفة أساسية من دول شمال أفريقيا وهي دول إسلامية . والعقوبات التي قررتتها هذه الدول على الدول المصدرة للهجرة وذلك للحد من الوجود الإسلامي في بلدان أوروبا .

وغير ذلك من النماذج كثير .

## إعادة تقديم الإسلام

\* الحقيقة الثالثة : أن ثمة نقصاً عاماً في المعلومات عند الغربيين عن الإسلام وعن المسلمين وعن جهود الأمة الإسلامية للأخذ بأسباب النهوض والارتقاء . وأن القدر المتاح من المعلومات حافل بالمغالطات والتشوهات . وأن هذه المغالطات والتشوهات هي ثمرات تاريخ طويل من الحساسيات والتشويه المتعمد وقلب الحقائق . وأن ذلك التشويه وقلب الحقائق لم يشمل أجهزة الإعلام فقط ، ولكنه شمل مع ذلك وقبل ذلك مناهج التعليم بل ومناهج البحث العلمى التى تحفل بالكاذيب المقصودة ، والمغالطات المتعمدة عن الإسلام ونبى الإسلام ﷺ وعن المسلمين . وأن التعامل مع هذه الحالة وتغييرها أو التخفيف من حدتها لا يمكن أن يتم بتجاهلها ولا بالعنف تجاهها أو اليأس من تحقيق أى نجاح . فكما أن هذه الحالة هي ثمرة ونتيجة لجهود دؤوبة على مدى أجيال متعاقبة فإن تغييرها يقتضى جهوداً متصلة وفي مجالات متعددة وبأساليب مختلفة وعلى مستويات متفاوتة . وكما حدث تراكم فى الكراهية والحقذ فإن المطلوب بناء تراكم من الفهم والتسامح على أساس من المشترك بين الأديان ، ومن خلال الحوار العلمى القائم على أسس من الندية من جهة والى التراضى

والتعاون من جهة أخرى . ويجب أن نستثمر كل فرصة متاحة لبناء صورة إيجابية للإسلام والمسلمين تحل تدريجياً محل الصورة الشائنة الحالية .

## نور وسط الظلام

\* الحقيقة الرابعة : وهى حقيقة هامة وإيجابية وتعطى أملاً كبيراً للمسلمين إذا أحسنوا استثمارها وتوظيفها . فالشعوب الغربية التى بنت حضارتها على العقل وحده وخاصمت الدين وعزلته عن السياسة وعن واقع الحياة الاجتماعية نتيجة ظروف تاريخية معينة صارت الآن تعاني من فراغ روحى . وهذه حقيقة معروفة منذ زمن بعيد ، لكنها لم تكن مصدر قلق ولا محل اهتمام كما هى الآن بسبب الآثار الاجتماعية المترتبة على غياب الوازع الدينى واهتزاز المنظومات الأخلاقية وانهيار نظام الأسرة وتزايد ظواهر العنف والإرهاب .

وكما علمتنا دروس التاريخ فإن الأحداث الكبرى تحدث هزات اجتماعية وفكرية وثقافية تدعو المجتمعات والنخب الحاكمة إلى مراجعات ضرورية .

وقد أدت أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م إلى هزة كبرى فى المجتمع الأمريكى كانت لها تداعياتها السلبية كما كانت لها أيضاً



تداعياتها الإيجابية . وكانت من أبرز التداعيات الإيجابية محاولة فهم ما حدث . ومحاولة معرفة لماذا تكره الشعوب السياسات الأمريكية ؟ وهل يكرهون الشعب الأمريكي ؟ ومحاولة معرفة إن كانت ثمة علاقة بين الإسلام والعنف والتطرف . وفي الوقت الذى ألحت فيه أبواق الدعاية الصهيونية على الربط بين الإسلام والإرهاب والادعاء بأن للعنف والإرهاب أصلا فى تعاليم الإسلام ، تعالت أصوات موضوعية تدعو للفصل بين الإسلام وبين الإرهاب . وكانت ثمرة ذلك إقبال أفراد الشعب الأمريكى - وبعض الشعوب الأوروبية - على شراء الكتب التى تتحدث عن الإسلام بحيث صارت هذه الكتب هى الأكثر مبيعا . وكانت الثمرة الأهم فى كل ذلك تضاعف أعداد الأمريكيين الذين اعتنقوا الإسلام عن فهم ووعى واقتناع . وهذا يعزز ما ذكرناه من قبل من أن الإسلام ينتشر بقوته الذاتية ، وبما يحمله من مبادئ وقيم ومثل عليا . وهذه فرصة سانحة - قد لا تتكرر - أمام المسلمين لأن يقدموا الإسلام للأمريكيين والغربيين بصفة عامة تقديمًا جديدًا بالقول والعمل بما يناسب العقلية والثقافة الغربية وبما يستثمر حالة المراجعة والدعوة للعودة إلى الدين .

## محاولات فرض العولمة

\* الحقيقة الخامسة : أن محاولات تعبئة الشعوب الغربية ضد الإسلام والمسلمين ليست منطلقة فقط من منطلقات دينية ، بل تنطلق

فى الأغلب من منطقات سياسية عسكرية اقتصادية استعمارية .  
فكل التحليلات السياسية الشرقية والغربية تجمع على أن الحملة  
العسكرية الأمريكية التى ترفع شعار محاربة الإرهاب إنما هدفها فيما  
يخص أفغانستان هو الوصول إلى منابع بترول بحر قزوين والسيطرة  
عليها تمهيداً للاستغناء ما أمكن عن بترول الدول العربية ، ومن ثم  
التحرر من أى شبهة ضغط لهذه الدول ، وبالتالي إطلاق يد إسرائيل  
فى المنطقة لتعيد ترتيب الأوضاع فيها بما يخدم أهداف الصهيونية  
العالمية وأهداف السياسة الأمريكية . وهدف الحملة الأمريكية  
البريطانية على المستوى العالمى هو إحكام السيطرة الأمريكية على  
العالم ، وإلغاء دور المنافسين بما فى ذلك دور الأصدقاء والحلفاء  
التقليديين للولايات المتحدة . وهذه السياسة الاستعمارية تهدف إلى  
فرض العولمة أى الهيمنة الأمريكية على العالم بقوة السلاح حيث  
فشلت الأساليب الأخرى .

هذه السياسة لا تلقى تأييداً كاملاً من أوروبا ، حيث أنها تتعارض  
مع الشعور القومى لدول مثل روسيا وألمانيا وفرنسا . كما أنها  
تتعارض مع مصالح دول أوروبا التى تتطلع لأن تكون القوة الثانية  
فى العالم لكن إلغاء أو تقليل دورها يحول دون تحقيق ذلك مع بزوغ  
دول أخرى مثل الصين واليابان واحتمال أن تستعيد روسيا قدرتها  
ومكانتها ودورها فى السياسة الدولية .

وفى الوقت ذاته فإن هذه السياسات الأمريكية ليست محل إجماع فى الدوائر السياسية الغربية بصفة عامة والأمريكية بصفة خاصة . وهذا يوجب على العرب والمسلمين أن يواجهوا حملة تسويق الإسلام على أنه العدو البديل أو الخطر الأخضر بعد زوال الخطر الأحمر وهو الشيوعية .

\* الحقيقة السادسة : أنه على الرغم من الضعف الذى تعاني منه الأمة الإسلامية وعلى الرغم من عدم وجود رابطة قوية تجمعها سياسياً أو اقتصادياً أو عسكرياً على نحو ما حدث فى أوروبا وآسيا فإن الولايات المتحدة عندما بدأت حملتها العسكرية ضد أفغانستان تحت شعار محاربة الإرهاب كانت حريصة على عدم استعداء الدول الإسلامية واستثارة المزيد من كراهية شعوبها . ومن ثم فإن الساسة الأمريكيين وكثيراً من السياسيين الغربيين قد تسابقوا للإعراب عن تقديرهم للدين الإسلامى واحترامهم للمسلمين وتأكيد أن الحملة الأمريكية البريطانية ليست موجهة ضد الإسلام والمسلمين . وسواء أكانت هذه التصريحات صادقة ومعبرة عن موقف وقناعة حقيقيين ، أم كانت لامتناس الغضب والمشاركة فى تمرير الحملة الأمريكية البريطانية فإن الإعلام الإسلامى يتوجب عليه توظيف هذه التصريحات توظيفاً إيجابياً . كذلك يتوجب على الإعلام الإسلامى أن يظل متمسكاً فى طرحة للقضايا الإسلامية بالمبادئ والأسس التى

قررتها ووضعتها المواثيق والمعاهدات الدولية إضافة إلى المبادئ والقيم الإسلامية الأصيلة .

• الحقيقة السابعة : أن الحملة التي شنتها الولايات المتحدة تحت شعار محاربة الإرهاب والتي تم تجنيد العالم فيها بأساليب الترغيب والترهيب هي في جانب منها حرب إعلامية .

وإذا شئنا الدقة فهي حرب دعائية . ويكفى أن نشير في هذا الصدد إلى قيام وزارة الدفاع الأمريكية بإنشاء مكتب للتضليل الإعلامي مهمته إطلاق الشائعات والأخبار الكاذبة وبالونات الاختبار بهدف إحداث بلبلة في الدول المستهدفة بالعدوان الأمريكي والرأي العام العالمي وفي الوقت ذاته لتعبئة الرأي العام الأمريكي خلف السياسات والخطط التي تضعها الإدارة الأمريكية . وهذا يمثل تحدياً للإعلام الإسلامي الذي يتعين عليه أن يتصدى لعمليات التضليل الإعلامي :

أولاً : بعدم الانسياق وراء ما تتضمنه هذه العمليات من أكاذيب وأباطيل .

ثانياً : بإبراز وإظهار ما فيها من كذب وبهتان .

ثالثاً : بتقديم الحقائق والمعلومات الصحيحة الدقيقة الكاملة .

والذي يعنينا من الحقائق التي ذكرناها هو التلازم بين الإعلام والدعوة الإسلامية .

فالتعريف بالإسلام وعرض معالجته للقضايا المعاصرة المختلفة وحله للمشكلات ، وتنقية صورته من التشوهات التي تلصق بها تدخل في النشاط الإعلامي ، وهي في الوقت ذاته أعمال دعوية من الدرجة الأولى .

## خدمة الدعوة داخلياً وعالمياً

وتأسيساً على ذلك فإننا أمام مهمتين :

**\* المهمة الأولى :** هي توظيف وسائل الإعلام في خدمة الدعوة الإسلامية داخل المجتمعات الإسلامية . وهذه مهمة قديمة متجددة بتجدد الحياة وتجدد مشكلات العصور واختلافها .

**\* المهمة الثانية :** هي توظيف وسائل الإعلام للدفاع عن الإسلام وعرضه عرضاً جديداً صحيحاً سليماً مقنعاً بأسلوب الخطاب الذي يناسب العصر ، ويناسب طبائع وثقافات الشعوب ويتخطى الحساسيات السياسية والدينية ، ويأخذ في الاعتبار ما كشفت عنه أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م وتداعياتها التي أشرنا إليها .

**\* وفيما يخص توظيف وسائل الإعلام لخدمة الدعوة الإسلامية داخل البلاد الإسلامية فإن هذا يتطلب ما يلي :**

— العمل على بناء داعية عصرى مزود بالثقافة الدينية الأصيلة التي لا يستغنى عنها أى داعية ناجح وقادر على أداء وظائف الدعوة

وتحقيق أهدافها التى أشرنا إليها فى البداية والمستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية المشرفة ، ومزود فى الوقت ذاته بقدر مناسب من علوم العصر التى تتيح له عرض القضايا المختلفة بوعى كاف يقنع جمهوره على اختلاف فئاته .

— تطوير مناهج الدراسة فى الكليات المتخصصة المؤهلة لتخريج الدعاة ، وإضافة مواد مثل التربية وعلم النفس والاتصال والحاسب الآلى فى هذه الكليات حتى يتخرج الداعية وهو مؤهل للسيطرة على أدوات العمل وحسن استخدامها بكفاءة عالية . وقد بدأت وزارة الأوقاف فى مصر جهوداً حثيثة فى مجال تزويد الدعاة بدورات فى الحاسب الآلى والتعامل مع شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت " وهى بصدد التوسع فى هذه الدورات . كما أنها تقوم بتزويد الأئمة بأجهزة الحاسب الآلى . وهذه خطوات محمودة نرجو لها الاستمرار . كما نرجو أن يتكامل عملها فى هذا المجال مع عمل الأزهر وجامعة الأزهر . وإذا كنا هنا نشير للتجربة المصرية فإننا نأمل أن يحدث مثل ذلك فى البلاد الإسلامية الأخرى .

— الحرص على تدريس اللغات الأجنبية فى مراحل التعليم المختلفة فى الأزهر وما يقابله فى البلاد الإسلامية لتخريج أئمة ودعاة قلدرين على التعامل مع العالم الخارجى باللغات المختلفة . وقد أنشئت فى جامعة الأزهر أقسام فى كلية اللغات والترجمة لتدريس العلوم الشرعية بعدد من اللغات الأجنبية . وهذه أيضاً خطوة طيبة لكنها

بحاجة للدعم ومضاعفة أعداد الخريجين وزيادة عدد اللغات الأجنبية التي يتم التدريس بها .

— على الجانب المقابل لابد من أن تحتوى مناهج الدراسة فى كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المختلفة على دراسة عميقة للثقافة الإسلامية (عقيدة وشريعة وحضارة وثقافة عامة) حتى يتخرج إعلاميون لديهم قدر كاف من الثقافة الإسلامية .

— تنظيم دورات للإعلاميين فى مجالات الثقافة الإسلامية المختلفة حيث يفتقر الكثير من الإعلاميين إلى الحد الأدنى من الثقافة الإسلامية بمنظورها الشامل لقضايا المجتمع .

— العناية بالبرامج الدينية فى الإذاعة والتلفزيون — وخاصة التلفزيون — من حيث نسبتها إلى مجمل ساعات الإرسال ، ومن حيث توقيت بث هذه البرامج ، ومن حيث الأشكال الفنية وعوامل الجذب ، ومن حيث انتقاء الضيوف بما يضمن التنوع وعدم التكرار فى المتحدثين وفى مستوى الخطاب .

— أفراد مساحات أكبر للثقافة الدينية فى الصحف والمجلات . ودعم الصحف والمجلات التى تقدم ثقافة دينية متخصصة .

— إحياء عمل اللجنة العليا للدعوة فى مصر وإقامة جسور منظمة للتعاون بين المؤسسات الدينية وأجهزة الإعلام ، وكذلك التنسيق بين المؤسسات الدينية والمؤسسات الثقافية الأخرى داخل المجتمع

الواحد .

\* وفيما يخص توظيف وسائل الإعلام للدفاع عن الإسلام فإن ثمة بُعدين : بُعد للمدى القصير .. وبُعد للمدى المتوسط والبعيد :

\* أما على المستوى القصير والعاجل فإن الأمر يقتضى رصد كل ما ينشر الآن حول الإسلام ، والرد فى ذات الوسائل ، وتأمين بث أو نشر الردود بالاتصالات المباشرة وبالطرق الدبلوماسية أو باستجار الأوقات والمساحات .

— كما يقتضى الأمر إصدار كتيبات ونشرات باللغات المختلفة واسطوانات مدمجة C . D وإرسالها إلى أجهزة الإعلام ومراكز الدراسات والبحوث المختلفة فى الدول الغربية تعرف بالإسلام وأحكامه ومواقفه من القضايا المعاصرة وفى مقدمتها : السلام والحرب — الجهاد — حقوق الإنسان — علاقة المسلمين بغير المسلمين — حقوق المرأة والطفل — الإرهاب .. إلخ .

— وكذلك الدعوة إلى عقد ندوات وحلقات نقاشية مشتركة بين باحثين مسلمين متخصصين ونظرائهم من الدول الغربية لدراسة القضايا المختلفة وإصدار بيانات مشتركة بشأنها والعمل على تعميم هذه البيانات على وسائل الإعلام .

— دعوة إعلاميين غربيين لزيارة البلاد الإسلامية والتعرف على واقعها وإجراء حوارات مع المفكرين والعلماء فيها .



— تحفيز الحوار الثقافي والدينى وتطوير آلياته والتعامل معه من منطلق التكافؤ والندية والتعارف المتبادل وليس من منطلق الرد على الأباطيل والشبهات .

\* وأما على المستويين المتوسط والبعيد فإن الأمر يتطلب :

— بذل جهود مكثفة مع المنظمات الدولية والمؤسسات البحثية لتنقية المناهج الدراسية من المعلومات الخاطئة والأباطيل المتعلقة بالإسلام وثمة تجربة رائدة وناجحة نفذت فى ألمانيا بجهود فردية وتوقفت بوفاء صاحب فكرتها ويجب أن يتم إحيائها واستمرارها بجهود مؤسسى .

— وإصدار الدوريات العلمية باللغات المختلفة للتعريف بالمعالجات الإسلامية للقضايا الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة . وتبادل العلماء والأساتذة فى التخصصات المختلفة بين الجامعات الإسلامية ونظيراتها فى الغرب وفقاً لرؤية واضحة وأهداف محددة تصب فى مجرى النهوض بالمجتمعات الإسلامية .

وإذا كانت الجهود العلمية والبحثية يمكن أن تسفر عن نتائج إيجابية فإن هذه النتائج تبقى محصورة ومحدودة الجدى ما لم يصاحبها إعلام جيد بل متميز بلغات مختلفة وبخطاب عصرى .

## مؤسسات عصرية

وبنظرة إلى واقعنا الإعلامى وإذا استبعدنا المبالغات الإعلامية ونحيناها جانباً فإن ثمة قصوراً كبيراً فى الأداء الإعلامى الموجه للعالم الخارجى . ومن الواجب على المسؤولين دراسته والشروع فى تنفيذ كيانات إعلامية قادرة على مخاطبة العالم بلغات مختلفة وبأساليب تناسب تعدد اللغات والثقافات . ومن ذلك :

أولاً : دار نشر عالمية متخصصة فى نشر الكتب والدوريات الإسلامية بلغات متعددة . ويمكن أن تتعاون هذه الدار مع المنظمات الدعوية والثقافية الإسلامية القائمة وفى مقدمتها : المجلس الأعلى للشئون الإسلامية فى مصر ، رابطة العالم الإسلامى فى المملكة العربية السعودية ، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية فى ليبيا ، المنظمة الإسلامية للثقافة والعلوم ( الإيسيسكو ) فى المغرب وغيرها .

ثانياً : قناة فضائية إسلامية تبث باللغات المختلفة ويكون خطابها إسلامياً عاماً بعيداً عن التعصب لمذهب بذاته أو توجه سياسى معين . وهذا يقتضى أن تكون مثل هذه القناة متحررة من قيد الانتماء

السياسى والتعصب المذهبى والتعقيد الإدارى . فمازالت تجربة  
التلفزيون الإسلامى Islam Vision تنثير من الشجون أكثر مما تنثير من  
الآمال . لأن غياب الإرادة السياسية – وليس التمويل – مازال  
يحول دون ترجمة هذه الفكرة إلى واقع معاش . وقد تناولنا ذلك  
بتفصيل أكبر فى موقع آخر من هذا الكتاب .

## تخطيط الحملات الإعلامية

الحملة الإعلامية هي فن استخدام فنون الإعلام والاتصال المختلفة لتحقيق أهداف محددة .. وبتعبير آخر هي فن توظيف مجموعة فنون الإعلام والاتصال في إطار منظم محدد الهدف أو الأهداف خاضع لخطة تحدد فيها :

- الأهداف .
- الوسائل .
- الجمهور .
- الأدوات .
- الأدوار .
- المدى الزمني .

وفي هذا الإطار وفي ظل هذه الخطة يتحقق أفضل استخدام للوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة لتحقيق أهداف الحملة التي قد تكون حملة كلية أى شاملة أو جزئية ، أى تتصل بقضية وطنية عامة أو قضية فرعية . وقد يكون تنظيم الحملة سابقاً للقضية التي تدور حولها الحملة وتمهيداً لها وقد تكون مواكبة لها وقد تكون لاحقة لها . وقد تشمل المراحل الثلاث .

فقد يكون هدف الحملة تحضير الرأى العام المحلى لتلقى وتقبل تغييرات سياسية أو اقتصادية معينة قبل الإقدام عليها تحسباً أو استباقاً للآثار وردود الفعل السلبية ، أو لتحضير الرأى العام العالمى لتحريك عسكرى أو سياسى يحتمل أن يثير اعتراضات أو ردود فعل سلبية كما حدث عند تحضير الولايات المتحدة لضرب أفغانستان فى أعقاب أحداث الحادى عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م .

وقد يكون هدف الحملة مزدوجاً يشمل تلافى الآثار السلبية وضمان كسب التأييد كما تفعل إسرائيل وهى تمارس عدوانها على الشعب الفلسطينى إذ تحاول شغل الرأى العام العالمى بقضايا جانبية وتعمل على تحقيق ذلك من خلال السيطرة الصهيونية على الكثير من وسائل الإعلام الغربية . ومن ثم فإن الأعمال العدوانية التى تقوم بها إسرائيل تكون مقرونة دائماً بحملات إعلامية ودعائية هدفها تضليل الرأى العام وكسبه إلى صف عدوانها وضد الحقوق العربية ، وهو ما نجحت فيه بصفة عامة وداخل الولايات المتحدة بصفة خاصة حيث يتم من خلال الكونجرس ووسائل الإعلام والأعضاء المؤثرين فى الإدارة الأمريكية وقطاعات عريضة من الرأى العام دفع الإدارة الأمريكية لتبنى كل ممارسات إسرائيل الإجرامية والدفاع عن ادعاءاتها الكاذبة .

وقد تكون الحملة لاحقة لحدث مصنوع أو طارئ ويكون الهدف منها امتصاص الغضب من قبل الرأي العام المحلى أو العالمى وصرف انتباهه تجاه قضايا أخرى أقل أهمية .

وقد تشمل الحملات المراحل الثلاث ويتم فى هذه الحالة تحديد أهداف جزئية ومرحلية تتماشى مع وتخدم الأهداف السياسية أو الاقتصادية التى تخدمها الحملة الإعلامية .

## وظائف متعددة

وتشمل وظائف الحملة الإعلامية ما يلى :

- تعبئة أو توجيه الرأي العام فى اتجاه سياسة معينة أو تبني نهج أو فكرة معينة أو دفعه لاتخاذ رأى أو موقف ضد هذه السياسة أو النهج أو الفكرة .
- تعديل سلوكيات الرأي العام بصفة عامة أو معالجة مشكلة معينة كلية أو جزئية .
- المشاركة فى التحضير للتغيرات الهامة والتحوللات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية .
- التصدى للمفاهيم الخاطئة والعمل على تغييرها واستبدالها .

## أنواع الحملات

وهناك نوعان من الحملات الإعلامية :

— حملات إعلامية مخططة تستهدف تحقيق أهداف مقرررة ومتفق عليها على مستوى سياسى أو اقتصادى أو اجتماعى معين ، وترتبط بسياسات الدولة وقد ترتبط بسياسات وتوجهات الأجهزة الإعلامية المختلفة . وهذه قد تكون دائمة وقد تكون موسمية وقد تكون متكررة .

— حملات صدفة تخلقها أو تفرضها أحداث أو وقائع معينة أو ظروف طارئة تدعو بالضرورة إلى التعامل مع الرأى العام بهدف التوجيه أو التوعية .

## عناصر الحملة

للحملة الإعلامية عناصر عدة :

— موضوع الحملة : ويكون إما قضية تشغل الرأى العام أو تمس مصالحه أو يكون مطلوباً إثارة اهتمام الرأى العام بها .

— **هدف الحملة :** وقد يكون هدفاً واحداً أو مجموعة من الأهداف .  
وقد يكون تكوين موقف التعاطف أو العداء حسب موضوع الحملة .

— **جمهور الحملة :** ويتحدد هذا الجمهور حسب طبيعة الحملة ومدى شمولها . وحسب الوسائل الإعلامية المستخدمة وجمهور كل منها وتأثيرها في هذا الجمهور .

## كيف تنجح الحملة ؟

ونجاح الحملة الإعلامية يقتضى توافر عناصر عديدة يؤدي غياب أى منها إلى الحد من إمكان نجاح الحملة وقد يؤدي غياب كثير منها إلى فشل الحملة في تحقيق أهدافها .. وأهم هذه العناصر :

- تحديد الهدف أو المشكلة بأقصى قدر من الوضوح والدقة .
- وضع خطة متكاملة تحدد المهام بدقة والوسائل المستخدمة .
- توفير كافة المعلومات الصحيحة المتعلقة بالقضية أو المشكلة موضوع الحملة .
- حسن اختيار الأساليب والمواد المستخدمة حتى تكون مناسبة لأوسع قطاعات الجماهير .



— التدرج فى تقديم الحملة وتحديد الجرعات المطلوب توصيلها من الرسالة الإعلامية حسب اختلاف الوسائل وأهمية القضية وأنواع الجماهير .

- المتابعة المستمرة للحملة وهو ما يسمى بالاستمرار .
- الانسجام بين كل عناصر الحملة وبين وسائل تنفيذها .
- التقويم المستمر لمدى نجاح الحملة وتعديل مسارها إذا اقتضت الحاجة من خلال تلمس الإيجابيات ، والتركيز على زيادتها ، ومعرفة السلبيات والعمل على القضاء عليها أو الحد منها .
- تنويع الأساليب المستخدمة فى صياغة وتقديم الحملة وتوصيل الرسائل الإعلامية المطلوب توصيلها للجماهير .
- توفير التمويل الكافى واللازم للإنفاق على الحملة فى جميع المراحل .

## بين الإعلام والدعاية

هناك فروق ينبغى العلم بها فيما يخص الحملات الإعلامية والحملات الدعائية :

— فالحملات الإعلامية تقوم على الحقائق الموضوعية والمعلومات والأرقام .. بينما الحملات الدعائية تخلط بين كل هذه العوامل وبين الأكاذيب .

— والحملات الإعلامية فى الأغلب تخاطب العقل بينما الحملات الدعائية تخاطب العواطف فى المقام الأول وتحاول أن تلغى دور العقل وتتعمد التهييج .

— والحملات الإعلامية تخاطب الفرد فى جانب كبير منها ، بينما تستغل الحملات الدعائية العقلية الجمعية ، أى عقلية القطيع التى لا تسمح بإعمال العقل والرجوع إليه والاحتكام إلى المنطق .

— والحملات الإعلامية قد تضع اختيارات متعددة ، بينما الحملات الدعائية لا تدع إلا اختياراً واحداً هو الاختيار المقرر من الجهة المنظمة للحملة .

— والحملات الإعلامية تخاطب المشاعر النبيلة لدى الجمهور بينما لا تبالى الحملات الدعائية بأى نوع من الغرائز أو النوازع البشرية تتعامل معها مادام ذلك يوصلها إلى تحقيق أهدافها .

## حاجتنا لحملات إعلامية

والأمة العربية والإسلامية فى هذه المرحلة بحاجة شديدة إلى أكثر من حملة إعلامية . بل بحاجة إلى جهد إعلامى شامل ومنسق ومستمر لمواجهة حملات الكراهية والتضليل التى تحرض عليها وتغذيها الصهيونية العالمية والمؤسسات الغربية المؤيدة أو الخاضعة

لها والتي تقف بقوة وراء العدوان الإسرائيلي الغاشم على الشعب الفلسطيني وعلى المقدسات الإسلامية والمسيحية على حد سواء .

الأمة الإسلامية بحاجة لمواجهة حملات تشويه صورة الإسلام والمسلمين في الغرب ومحاولات وصم الإسلام بأنه دين دموى يحث على الإرهاب واتهام المسلمين بأنهم إرهابيون مما يمهّد لكسب تعاطف الرأي العام مع الممارسات الإرهابية الصهيونية ، وتقبل العدوان الأمريكي الذي تعيش الشعوب الإسلامية تحت التهديد به بدعوى محاربة الإرهاب واستهداف النظم والدول الراحية للإرهاب والتي تسعى للحصول على أسلحة الدمار الشامل .

الأمة الإسلامية بحاجة إلى كشف زيف هذه الادعاءات وفضح سياسة الكيل بمكيالين في السياسة الدولية واتخاذ شعار مكافحة الإرهاب ستاراً لضرب الدول الإسلامية .

أن الأوان لكى تحزم الأمة الإسلامية أمرها وأن تتسق جهودها وأن تعمل أجهزتها الإعلامية فى إطار منظومة متكاملة لا تتجاهل الاختلافات والتميزات المحلية ولكنها تركز على نقاط الاتفاق والمصالح المشتركة ، ليس للمسلمين وحدهم بل للعالم كله .

وعلى حكومات الدول العربية والإسلامية أن تسعى إلى تفعيل الأجهزة المشتركة والآليات الإعلامية والاتفاقات الموقعة بينها والتي مازالت فى الغالب حبراً على ورق .

# التمويل والإرادة السياسية وقضايا الأمة

تعرضنا من قبل فى إشارة سريعة إلى قضية التمويل باعتبارها قضية حيوية يتوقف عليها نجاح العمل الإعلامى . فبالمال نستطيع امتلاك وسائل الإعلام المحلية وتزويدها بالتكنولوجيا المتقدمة والأفراد الأكفاء اللازمين من مختلف التخصصات . وبالمال نستطيع أن ننشئ جسوراً إعلامية مع الآخر إما بامتلاك الوسائل الإعلامية فى الخارج أو بشراء المساحات الإعلانية فى الصحف والمجلات أو الأوقات فى الإذاعات والقنوات التليفزيونية ، أو عقد المؤتمرات والندوات أو استضافة الإعلاميين وإتاحة الفرصة لهم للتعرف على الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين ، وسعى الشعوب الإسلامية للارتقاء بأحوالها وإقامة علاقات من التعاون المثمر مع غيرها من الشعوب ، أو بكل هذه الوسائل فى وقت واحد .

ومعاناة الإعلام الإسلامى من نقص الإمكانيات المادية لا ترجع فقط إلى فقر البلاد الإسلامية وخاصة عندما يتعلق الأمر بالدفاع عن الإسلام فى مواجهة حملات الكراهية التى تستهدفه خصوصاً فى الغرب ، وإنما هى ترجع فى المقام الأول لغياب الإرادة السياسية الواحدة . وليس أدل على ذلك من أن وزراء الدول الإسلامية اتفقوا

منذ أوائل التسعينيات من القرن الماضى على إنشاء قناة فضائية إسلامية باسم " إسلام فيزيون " " Islam Vision " وحتى الآن لم يظهر لهذه القناة الإسلامية أى أثر ، فى الوقت الذى شهدت فيه السنوات العشر الأخيرة انطلاق عشرات القنوات الأرضية والفضائية الحكومية والخاصة . ولم تصب هذه القنوات فى تيار الدفاع عن الإسلام وتنقية صورته من التشوهات التى أصابته بسبب حملات الكراهية الموجهة ضده ، وبسبب أخطاء بعض الحكومات الإسلامية وسوء تصرف بعض الأفراد والجماعات المنتسبة للإسلام .

## تداعيات ١١ سبتمبر

وفى محاولة للدفاع عن العرب والمسلمين بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م دعا عمرو موسى أمين عام جامعة الدول العربية عدداً من المفكرين والمتقنين العرب . وشكل منهم فريق عمل للحوار والدفاع عن قضايا العرب والمسلمين . وتقرر اختيار الدكتورة حنان عشاوى — الوزيرة الفلسطينية السابقة — متحدثة رسمية باسم الجامعة العربية .

ولكن العمل لم يحقق تقدماً يذكر . فلم نسمع عن حملة منظمة تدافع عن هذه القضايا . ولم نشهد أى تغيير بأى درجة فى المواقف

الأمريكية والبريطانية المؤيدة تأييداً مطلقاً للسياسات الإرهابية التي تتبعها إسرائيل ضد الشعب الفلسطيني . ولم نر انخفاضاً في حدة مواقف العنف والغضب والكراهية في الغرب ضد العرب والمسلمين والإسلام .

وآخر ما قرأناه في محاولة الدفاع عن القضايا العربية والإسلامية أن اللجنة الدائمة للإعلام العربي بجامعة الدول العربية تدرس إنشاء قناة فضائية تهدف لجمع الشمل العربي ، وتوحيد المواقف من خلال البرامج السياسية والاقتصادية التي تقوم بتقديمها ، وأن هذا المشروع قد جاء بعد أن تبين للجنة الإعلام بجامعة الدول العربية تباين المواقف العربية من خلال شاشات القنوات الفضائية العربية . وأن بعض البرامج التي تقدمها هذه القنوات تؤدي إلى تفكك الشمل العربي وزيادة الاختلاف بين الدول العربية .

وتقول الصحيفة التي نشرت الخبر <sup>(١)</sup> إنه بعد أن تتم دراسة المشروع دراسة نهائية يتم وضع التصور الكامل له من حيث الميزانيات المطلوبة لإنشاء القناة الفضائية العربية ، وأيضاً أسلوب إدارتها والبرامج التي سيتم تقديمها ، وإن كان الرأي يتجه إلى أن تقوم القناة بتقديم برامج سياسية واقتصادية يشترك فيها أبناء جميع الدول العربية .

---

(١) صحيفة العالم اليوم عدد السبت ٨ يونية ٢٠٠٢م الصفحة الأخيرة .

وعن الخطوات التنفيذية يقول الخبر إن الدراسة التي ستجريها اللجنة سوف تقدم إلى عمرو موسى أمين عام جامعة الدول العربية لكي يتم عرض المشروع على وزراء الإعلام العرب في اجتماعهم القادم لإقراره<sup>(١)</sup>. وفي حالة موافقة الوزراء على المشروع سيبدأ إعداد الميزانية اللازمة للقناة وإعداد البرامج حتى يتم البدء في البث التجريبي للقناة.

## التمويل والإرادة السياسية

وليس لنا من تعليق على هذا المشروع سوى أن نتمنى أولاً أن تجتمع الإرادة السياسية للدول العربية لكي تقوم القناة أولاً . ثم نتمنى أن تستمر هذه الإرادة السياسية وأن تعبر عن نفسها في توفير التمويل اللازم ، كذلك في تجاوز الخلافات السياسية في اختيار إدارة القناة وتحديد برامجها . وإذا جاز لنا أن نقترح أمراً في هذا الشأن فهو أن ينشأ صندوق خاص لهذه القناة يكون مستقلاً عن الجهاز الإداري البيروقراطي للجامعة ، أو أن تعهد الجامعة لشركة خاصة بإنشاء وإدارة هذه القناة ، على أن تتولى الجامعة وضع سياساتها وتمويلها . المهم هو ألا يكون مصير " Arab Vision " هو نفس مصير Islam Vision .

(١) عقد الاجتماع يوم الأربعاء ١٩ يونية ٢٠٠٢م بالقاهرة .

والذى يدعوننا لإبداء التخوف إزاء هذا الجهد الضرورى للدفاع عن قضايا الإسلام والعرب والمسلمين هو ما نلمسه من قصور وتقصير فى هذا الشأن . ففى أحد البرامج التليفزيونية السياسية والاقتصادية بالتليفزيون المصرى وردت معلومة لا يمكن أن يغفلها الإنسان أو يمر عليها مرور الكرام . فقد جاءت على لسان رجل مسئول هو عبد الرءوف الريدى سفير مصر السابق فى واشنطن وفى سياق الحديث عن الجهود التى تبذل والتى يجب أن تبذل لكسب الشعب الأمريكى والرأى العام الغربى بصفة عامة ، ومن ثم التأثير على مراكز صنع القرار فى الدول الغربية مما يؤدى أو يفترض أن يؤدى إلى تعديل مواقف واتجاهات وقرارات حكومات هذه الدول تجاه الحكومات العربية وقضية السلام فى الشرق الأوسط .

تقول المعلومة إن العرب فشلوا فى جمع مبلغ عشرين مليون دولار لتمويل حملة إعلام وعلاقات عامة فى الغرب بينما أنفقت إسرائيل والمنظمات والمؤسسات الداعمة لها ما يجاوز ثمانمائة مليون دولار لتمويل حملة الإعلام والعلاقات العامة التى نفذتها خلال الفترة الماضية ، والتى نجحت من خلالها فى تسويق عدوانها البشع على الشعب الفلسطينى وتقديم هذا العدوان على أنه دفاع عن النفس بينما تم تصوير عمليات المقاومة المشروعة التى يقوم بها أفراد الشعب الفلسطينى على أنها إرهاب . ووصل التأثير الناجح لهذه



الحملة حد محاولة الإدارة الأمريكية الحصول من الرموز الدينية فى مصر والسعودية بصفة خاصة على إدانة للعمليات الاستشهادية ، وكذلك حد وصف الرئيس الأمريكى جورج بوش للجنرال الدموى أرييل شارون رئيس وزراء إسرائيل بأنه رجل سلام ، بينما أعلن الرئيس الأمريكى نفسه أن الرئيس الفلسطينى ياسر عرفات الذى يمثل إرادة الشعب الفلسطينى لم يحصل على ثقته ولم يقم بما يجب عليه لمكافحة الإرهاب .

هذه المعلومة لابد أن تدفع دماء الخجل إلى وجوهنا . فما أكثر المليارات العربية التى تدفع فى صفقات أسلحة تترك حتى يعلوها الصدأ ، ثم تتفق مليارات أخرى - بالعشرات - لتحديث هذه الأسلحة وعشرات المليارات الأخرى لشراء صفقات جديدة من أسلحة لا تستخدم سواء بسبب القيود المفروضة على استخدامها أو بسبب العجز عملياً عن استخدامها . وما أكثر مليارات الدولارات التى تتفق من أجل استهلاك ترفى ومظهرى يصب فى صالح الشركات الصناعية الغربية التى تخصص أجزاء من ميزانياتها لتمويل إسرائيل بشكل مباشر أو غير مباشر . وما أكثر المليارات التى تتفق على قنوات فضائية يفترض أنها لا تعبر فقط عن واقع المجتمعات العربية المسلمة بل واجبها أن تأخذ بيد هذه المجتمعات على طريق النهضة والوحدة . ولا نعى - بالطبع - وحدة القرار لأنها فى حكم المستحيل ، بل نعى كحد أدنى وحدة المشاعر ووحدة الأمل فى

المستقبل والعمل الشعبى لتحقيق هذا الأمل . ولكن هذه الفضائيات تحولت إلى تكرار ممسوخ وتقليد أعمى لما تقدمه الفضائيات الغربية شكلاً ومضموناً . بل تحول بعضها إلى منابر يتم من خلالها بث الفرقة وتغذية روح المحلية الضيقة مما أثار الغضب والنفور لدى الشعوب والمثقفين والحكام على حد سواء . بل إن بعض هذه القنوات هى محل شبهة أو اتهام بأنها تعمل لصالح إسرائيل وضد المصالح والحقوق العربية المشروعة .

لقد أكدت تداعيات أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م وجود حالة من الكراهية فى كثير من الأوساط السياسية والفكرية والثقافية فى الغرب تجاه الإسلام والعرب والمسلمين بسبب حساسيات قديمة وتراكمات من سوء الفهم . وأكدت أن ثمة محاولات مستمرة من الصهيونية العالمية لإذكاء هذه الكراهية وإشعال الفتنة بين المسلمين والشعوب الغربية المسيحية . لكن هذه التداعيات أكدت فى ذات الوقت أن ثمة فرصة تاريخية وضرورة تاريخية أيضاً لأن يعيد العرب والمسلمون تقديم أنفسهم وتقديم دينهم للغرب ولبقية العالم من خلال خطاب عصرى متفتح قائم على العقل مستند إلى الحقائق والأرقام متسم بروح التسامح والاعتدال التى هى أساس فى الدعوة إلى الله انطلاقاً من قول الله سبحانه وتعالى : « ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن » (١) .

وقوله عز وجل : « ولا تجادلوا أهل الكتاب إلا بالتي هي أحسن » (١) .

ويتعين علينا ألا ننطلق في محاولة مخاطبة العقل الغربى من افتراضات خاطئة مثل افتراض أن الغرب واحد والعقل الغربى واحد . فهذا افتراض غير صحيح . فثمة طيف واسع داخل كل بلد غربى وتنوع كبير بين البلاد والشعوب الغربية . ومثل افتراض أن الجميع يكرهون الإسلام والعرب والمسلمين فهذا أيضاً افتراض خاطئ فإن تاريخ هذه الشعوب وثقافتها مختلفة ومن ثم فليس الجميع فى حالة كراهية . وليست الكراهية الموجودة بنفس الدرجة ولنفس الأسباب فى البلاد المختلفة . ومثل افتراض استحالة التغيير . ولناخذ مثلاً من أعدائنا . لقد كانت صورة اليهودى فى الآداب الأوروبية هى صورة المرابى والمتآمر والمخادع والخائن . ولكن هذه الصورة تغيرت بالإلحاح الإعلامى ، إلى جانب امتلاك اليهود لوسائل التأثير الأخرى فى المجتمعات من سياسية واقتصادية وفكرية .

إن كسب الشارع الأمريكى والغربى بصفة عامة ليس ترفاً ولكنه ضرورة . والعمل على تحقيق هذا الهدف ليس مسئولية الحكام وحدهم ولكنه مسئولية كل منظمات ومؤسسات المجتمعات العربية

---

(١) المنكوت : ٤٦ .

والإسلامية من سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وخيرية . وهذا التأثير المطلوب لن يتم عبر البوابات الرسمية وحدها .

فالإدارة الأمريكية لا تملك إصدار قرار بتغيير توجهات الشارع الأمريكى ، بل الشارع الأمريكى ومصالحه هى التى تفوض على الإدارة ما تتبعه من سياسات وما تصدره من قرارات . ومعركتنا مع إسرائيل ليست على أرض فلسطين فقط ولكنها فى الشارع الأمريكى خاصة والغربى عامة وفى مراكز صنع القرار فى هذه البلاد . وإسرائيل قبل أن تكسب معاركها على أرض فلسطين فإنها تكسبها فى مبانى الكابيتول والبنيتاجون والبيت الأبيض . علينا أن ننفق بلا تفتير وعلينا أن نحاول وألا نياس . فلا حياة مع اليأس ولا ياس مع الحياة .

\_\_\_\_\_

## دور الإعلام فى طرح قضايا الخطاب الدينى

لعل أول ما يتبادر إلى الذهن عند طرح تطوير الخطاب الدينى أن يتجه البصر والسمع والاهتمام إلى وزارة الأوقاف باعتبارها مسئولة عن المساجد ، وعن الدعوة الدينية . وعن الأئمة والخطباء وهذا أمر طبيعى . ويتجه أيضاً البصر والسمع والاهتمام إلى مؤسسة الأزهر بمعاهدها المنتشرة فى كل المدن والقرى وبكلياتها التى تنتشر فى كل المحافظات وهذا أمر طبيعى . ولكن هذا كله ليس إلا جزءاً من الصورة ، وتحمل وزارة الأوقاف أو الأزهر مسئولية الدعوة هو وقوف بالدعوة عند حد الدرس الدينى أو خطبة الجمعة وهذا ابتسار لقضية الدعوة وتفريغ لها من كونها نشاطاً فكرياً عاماً تتحمل مسئوليتها كل أجهزة الدولة إلى إلقاء العبء على عاتق مؤسستين فقط هما وزارة الأوقاف والأزهر الشريف . بينما نتجاهل فى هذا الطرح الأثر الأكبر والخطر الأعظم الذى يتحقق من خلال التعامل الإعلامى الخاطئ والذى يمكن أن ينسف كل الجهود التى يبذلها الأزهر ووزارة الأوقاف .

ولعلنى أضرب هنا مثلاً شغل الجميع مثقفين وعامة وهو قصة الحاج متولى وزوجاته الأربع . فبسبب طرح خاطئ فى مسلسل

دراى تليفزيونى انشغل الجميع بقضية تعدد الزوجات وهبت مؤسسات وجمعيات المرأة والمجلس القومى للمرأة تدافع عن حقوق المرأة المسلمة . وهذا كله جاء بسبب طرح خاطئ لرخصة فى الإسلام لها ضوابطها التى استقرت من خلال مناقشات عبر قرون طويلة بين العلماء . بل إن الأمر وضع الإسلام نفسه فى حالة دفاع ، فهل الإسلام ظلم المرأة ؟ وهل التعدد يظلم المرأة ؟ حتى إن البعض ذهب إلى أن هناك نية أو دراسة لإصدار قانون أو مطالبة بإصدار قانون يجرم تعدد الزوجات . فهذا الطرح الخاطئ فى مسلسل درامى فى التلفزيون ألغى بجرة قلم جهوداً كبيرة تبذل لتوضيح حكم الإسلام فى قضايا متعددة تتعلق ببناء الأسرة والعلاقة بين الأزواج والزوجات .

الذى أريد أن أقوله إن المسئولية ليست فقط مسئولية وزارة الأوقاف والأزهر وإن كان بالطبع مطلوباً ومنتظراً من معالى وزير الأوقاف أن تتحول مناقشات هذه الندوة <sup>(١)</sup> إلى توصيات بعضها يدخل فى نطاق مسئوليات وعمل وزارة الأوقاف والأزهر ، والمسئولون فيهما منوط بهم أن ينفذوا هذه التوصيات . وتوصيات أخرى ينبغى أن توجه إلى الجهات المعنية لإكمال دور الأزهر ودور وزارة الأوقاف .

(١) ندوة عقدتها وزارة الأوقاف وحضرها رؤساء ومقررو لجان المجلس الأعلى للشئون الإسلامية لبحث قضية تحديث الخطاب الدينى .

عندما نتحدث عن تطوير الخطاب الدينى نتحدث عن خطاب لا يتوجه إلى فئة محددة من البشر ولا عن مرحلة عمرية معينة ولا عن قطاع ثقافى معين . وإنما نتحدث عن خطاب موجه إلى كل المواطنين داخل مصر وإلى كل من نستطيع أن نصل إليهم من الجماهير خارج مصر فى البلاد الإسلامية وغير الإسلامية ، خاصة وأن الإسلام الآن يواجه بحرب ضارية حتى وإن أنكر الذين يشنون هذه الحرب الضارية ضد المسلمين أن هناك استهدافا للإسلام .

وبصرف النظر عن التصريحات الوردية والكلمات التى تقال ، فإن ما يجرى الآن على أرض الواقع أن البلاد الإسلامية هى المستهدفة بالعقاب على عمليات قام بها أفراد أو منظمات أو جماعات لا يستطيع أحد أن يؤيد أو يصمت على ما ارتكبه من أعمال . لكن القضية اختلطت والأمر أكبر من مجرد تجديد الخطاب الذى نتحدث عنه والموجه للداخل وللخارج أيضا .

هذا الخطاب ليس موجهاً إلى جهة أو فئة معينة ولا نستطيع أن نحصره فى خطبة الجمعة ولا فى المطبوعات التى تصدر عن وزارة الأوقاف موجهة إلى خطبائها وأئمتها . وإنما هناك مسئوليات تبدأ مع المدرسة فمناهج التربية الدينية فى المدارس بحاجة إلى إعادة نظر . والمدرسون الذين يقومون بتدريس المناهج الدينية بحاجة إلى إعادة تأهيل وإعداد وتوجيه ، والعلاقة بين أستاذ التربية الدينية والطالب فى جميع مراحل التعليم بحاجة إلى إعادة نظر .



## التربية الدينية

والملاحظ أن الجرعة التي يتلقاها التلاميذ من التربية الدينية تتناقص تدريجياً من الابتدائي إلى الإعدادي إلى الثانوي وتتعدم تماماً في الجامعات . وليس هناك مقرر للثقافة الدينية في الجامعات المصرية . ولسنا نعنئ بتدريس الثقافة الإسلامية في الجامعات المصرية أن نتحدث في قضايا الفقه والحلال والحرام والحيف والنفاس وغيرها من القضايا التي يمكن أن يتعلمها الطلبة في المراحل الأولى . ولكن لابد أن يتخرج الطالب الجامعي ولديه فكرة عن تعامل الإسلام مع القضايا المختلفة ، والقيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الإسلام مثل قضايا الحرية والعدل والمساواة والإخاء الإنساني وقضايا الشورى ومثل هذه القضايا التي يدعون أن الإسلام لا يعطى فيها للإنسان حقه ، مع أنها كلها موجودة في الإسلام .

وبعض خريجي الكليات العملية بجامعة الأزهر لم يتأهلوا بدرجة كافية وبقدر كاف من المعرفة في هذه القضايا بحيث يستطيعون أن يكونوا دعاة . فالداعية ليس هو فقط الإمام أو الخطيب على المنبر وإنما كل إنسان مسلم عالم في تخصص من التخصصات لابد أن يكون لديه دراية بالقضايا المختلفة ويتعامل الإسلام وعلاج الإسلام لما يتعلق بتخصصه . فحتى في علوم الهندسة هناك رؤية إسلامية

فى تصميم المبنى وكذلك الأمر فى الطب والصيدلة وفى أشياء كثيرة  
يتخرج أبنائنا من الجامعات ولا يعرفونها .

## ازدواجية ثقافية

وإذا انتقلنا من التعليم إلى جهازى الإعلام والثقافة فقد سبق أن  
تحدثنا عن أن هناك فى مصر ازدواجية فى مرجعية الثقافة  
وازدواجية فى الوسط الثقافى بحيث يشعر الإنسان أنه أمام ثقافتين :  
ثقافة مرجعيتها القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والتى يمثلها  
التيار الإسلامى ويقود حركتها الأزهر والمجلس الأعلى للشئون  
الإسلامية . وثقافة أخرى تكاد تكون مغايرة تماماً تتمثل فى الأجهزة  
والمؤسسات الثقافية التى تضع أيديها على مقاليد ومفاتيح النشاط  
الثقافى والتى تتمتع بإمكانيات أكبر كثيراً مما تتمتع به المؤسسات  
ذات التوجه الإسلامى .

يبقى الجانب الأكبر فى توصيل عملية الدعوة إلى الناس وهو  
الجانب الإعلامى . فنحن نتحدث إلى مجتمعنا فى الداخل الذى تبلغ  
نسبة الأمية فيه ما يقرب من أربعين فى المائة وفى أقل التقديرات  
ثلاثين فى المائة أى ما يقرب من عشرين مليون أمى . هؤلاء ثقافتهم  
الأساسية يستمدونها من التلفزيون ومن الراديو .

## البرامج الدينية

فإذا نظرنا إلى البرامج الدينية وخاصة القنوات التلفزيونية نجد أنها تعاني معاناة شديدة من مشكلات عديدة :

**المشكلة الأولى :** نقص عدد ساعات الإرسال الإجمالية .

**والمشكلة الثانية :** أنها لا تتمتع بنفس الإمكانيات المتاحة للبرامج الأخرى ، ونعنى الإمكانيات المادية .

**والمشكلة الثالثة :** أنها تبث في أوقات ممتدة ولا تبث في فترة الذروة من الإقبال على المشاهدة وبالتالي فنسبة مشاهدتها ضعيفة وضئيلة .

**والمشكلة الرابعة :** أنها تعاني من التكرار الشديد الممل في الوجوه والأشخاص والأساليب على جميع القنوات مما أصاب الجمهور بالملل فهو في حاجة إلى التغيير والتجديد . فإذا كانت الأندية الرياضية تكتشف نجوماً جديداً كل عام وإذا كان الوسط الفني يقدم نجوماً جديداً بشكل مستمر فلماذا لا نكتشف من بين الأئمة والدعاة في جامعة الأزهر ووزارة الأوقاف دعاة وأساتذة جديداً تفتح لهم الأبواب وتتاح لهم الفرص ؟ ويبقى أن الناس يلتفون حول ما يجذب قلوبهم ومشاعرهم . فلماذا لا نفتح قنواتنا الأرضية والفضائية للآراء المتعددة داخل إطار المصلحة العامة للدين والمجتمع والسياسة العامة التي نحن جزء منها ولنا دور فيها ؟ لماذا لا تفتح الأبواب في

التليفزيون والإذاعة لكل الآراء ، ويبقى أن الرأى الصحيح والصادق الذى يعبر عن مصالح الأمة وعن مشاعر الناس هو الذى يجتذب الجماهير ؟

أيضاً فإن توصيل المعلومة الدينية أو الفكرة الدينية لا يكون فقط من خلال البرامج الدينية المباشرة ولكن من خلال الرؤية الإسلامية الأعم التى تتجاوز قضايا الحلال والحرام وتصل إلى بناء الأمة وبناء الدولة والنهوض بها . هذه قضايا يجب أن يكون لها مساحة فى البرامج المختلفة ولا بد أن يكون الرأى الإسلامى موجوداً فى البرامج السياسية والاقتصادية لأن الإسلام له علاج وله حكم فى هذه القضايا وينظم هذه المسائل .

ويتبقى أن البرامج مهما كانت نوعياتها وأشكالها وأسماء المتحدثين فيها فإن الناس تتجاوب معها ولا تتأثر بها بقدر ما تتأثر بالأعمال الدرامية التى تتوفر لها كافة عوامل الجذب والتشويق والإبهار . ولنا أن نتخيل برنامجاً تليفزيونياً كم يتكلف - لو كانت مدته ساعة - ويبث على مدار عام لا يتكلف أكثر من ٣٠٠ ألف أو ٤٠٠ ألف جنيه بينما مسلسل واحد يتكلف ما بين ثلاثة وسبعة ملايين جنيه ويختار له أقدر الكتاب والمخرجين وتتفق عليه الملايين فإما أن نصل إلى تأثير جيد أو تأثير سلبى . وقد ضربت مثلاً بمسلسل شغل الناس ومازال يشغلهم بسبب طرح خاطئ لرخصة موجودة فى الإسلام .

إن العبء يجب ألا يلقى فقط على الأزهر والأوقاف وجامعة الأزهر فقط كما سبق أن أوضحت . وكل الذين سبقوني أصلوا للقضية التي نحن بصددتها من كافة الجوانب وإنما أردت أن أطرح وجهة نظري من خلال العمل الصحفي ومن خلال تجربة في العمل التلفزيوني شاركت من خلالها في كثير من البرامج التلفزيونية وشاركت في إنشاء قناة فضائية إسلامية . وأتمنى أن أرى فضائية إسلامية صادرة من مصر أو على الأقل أرى القناتين اللتين يفترض فيهما أن تخدم الفكر الإسلامي وهما القناة الثقافية ، وقناة التنوير ، وهما تقدمان ما يشبع الرغبة في الاستنارة الدينية وما يخدم الخطاب الديني .

## الثقافة الدينية للإعلاميين

الدراسات الإعلامية من الدراسات المتميزة التى تجمع بين الدراسة المتعمقة لمواد التخصص فى الفروع الأساسية لهذه الدراسات وهى الصحافة ، والإذاعة والتلفزيون ، والعلاقات العامة وبين دراسة مجموعة كبيرة من العلوم التى تشمل اللغات المختلفة وعلوم النفس والاجتماع والقانون والجغرافيا السياسية والإحصاء وغيرها والتى تؤهل دارسيها للعمل فى مجالات التخصص المختلفة وذلك فضلاً عن استفادة هذه الدراسات وكذلك الممارسة الإعلامية بكل منجزات علوم الفيزياء والهندسة والفضاء وغيرها .

غير أن العمل الإعلامى ليس مقصوراً على خريجى كليات وأقسام الإعلام المختلفة ، بل هو مفتوح للمتخرجين من كل الكليات والمعاهد والأقسام . وأحياناً يتوافق العمل مع التخصص كأن يعمل خريج كلية الحقوق فى القسم القضائى بالصحيفة أو يعمل خريج كلية العلوم أو الهندسة أو الطب فى القسم العلمى ، أو يعمل خريج كلية الاقتصاد والعلوم السياسية فى القسم الاقتصادى أو يعمل خريج كلية الشريعة أو كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر فى القسم الدينى أو قسم التصحيح أو قسم المراجعة ، أو يعمل خريج كلية الألسن أو أحد أقسام اللغات بكلية الآداب فى القسم الخارجى الذى يعتمد على

الترجمة ، أو يعمل خريج كلية الفنون فى التصوير أو الإخراج الصحفى أو المطبعة .

وأحياناً أخرى لا تكون ثمة صلة بين الدراسة وبين العمل كأن يعمل خريج كلية اللغة العربية فى القسم الاقتصادى أو خريج كلية الطب فى القسم الرياضى أو خريج كلية التجارة فى القسم الدينى أو خريج كلية الهندسة فى القسم الفنى .

ذلك أن العمل فى الإعلام يتطلب للنجاح فيه ثلاثة عناصر هى الموهبة والدراسة والخبرة المضافة . وفى كثير من الحالات يتم الاستغناء ببعض العناصر عن البعض الآخر .

غير أن الملاحظ أن مناهج الدراسة فى كليات الجامعة وهى تكتظ بالعديد من المواد سواء أكانت مواد تخصص أو مواد للثقافة العامة فإنها تكاد تخلو تماماً من أى منهج للثقافة الإسلامية رغم أهمية هذه الثقافة فى كل الأعمال وخاصة تلك التى تتعلق بتكوين وتوجيه الرأى العام فى المجتمعات الإسلامية ، ورغم المطالبات المتكررة بإنشاء هذه الدراسات نظراً لما يلاحظ على خريجي الجامعات من نقص فى الثقافة الدينية .

ومن هنا نجد أن ثمة ما يمكن أن نسميه الأمية الدينية بين الإعلاميين . وهذا أمر يجب علاجه على المدى الطويل بإضافة منهج للثقافة الدينية فى كليات وأقسام الإعلام حتى يكون خريجو هذه الكليات والأقسام على معرفة ودراية بتعامل الإسلام مع مختلف

القضايا والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والفكرية خاصة فى هذه المرحلة التى صار فيها الإسلام والمسلمون هدفاً لحملات الكراهية التى تُشنُّ عليهم من قِبَل الغرب والتى اشتد سعيها بعد أحداث الحادى عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م .

وبالإضافة إلى هذه الدراسة التى يحتاج إقرارها إلى وقت طويل وجهد مكثف لإقناع القائمين على الجامعات بها فإن ثمة مجالاً مفتوحاً للتتقىف الدينى للإعلاميين . فهناك دورات تعقد فى مجالات متعددة : هناك ورش للإبداع الفنى والأدبى . وهناك دورات فى اللغات وأخرى فى الحاسب الآلى ، ودورات فى الاقتصاد وغيرها . بعض هذه الدورات يتم من خلال معهد الإذاعة والتليفزيون . والبعض الآخر عن طريق نقابة الصحفيين وبعض ثالث عن طريق المجلس الأعلى للصحافة . وثمة دورات تتم من خلال مراكز التدريب فى بعض المؤسسات الصحفية . ويندر أن يهتم أحد هذه المراكز بتنظيم دورة أو سلسلة ندوات أو ورش عمل حول القضايا المعاصرة فى منظور الإسلام أو حكم وموقف الإسلام تجاه هذه القضايا .

لذلك نرى ضرورة أن تتبنى إحدى المؤسسات العلمية أو البحثية أو التعليمية فى إطار المؤسسة الدينية تنظيم دورات للثقافة الدينية للإعلاميين . وقد تم بالفعل إعداد مشروع للدورات من قبل لجنة



الإعلام الدينى بالمجلس الأعلى للشئون الإسلامية نورد فيما يلى  
عناصره :

#### أولاً : المدى الزمنى للدورة :

- ١ - عدد ساعات الدورة ٤٠ ساعة مقسمة على ٢٠ محاضرة مدة كل منها ساعتان ( ساعة لإلقاء المحاضرة وساعة للنقاش ) .
- ٢ - تستغرق الدورة ٧ أسابيع على النحو التالى :
- عدد الساعات الأسبوعية ٦ ساعات مقسمة على ٣ أيام (السبت - الإثنين - الأربعاء) .
- فى الأسابيع الستة الأولى يتم تقديم ٣٦ محاضرة ، وفى الأسبوع السابع تقدم محاضرتان فى يومين .. وفى اليوم الثالث يقام حفل التخرج .

#### ثانياً : الدارسون :

- ١ - هم العاملون فى أجهزة الإعلام التالية :
  - \* الصحف والمجلات القومية والحزبية والخاصة .
  - \* قنوات التلفزيون وشبكات الإذاعة .
  - \* وكالة أنباء الشرق الأوسط والهيئة العامة للاستعلامات .
- ٢ - يكون الدارسون مبدئياً وفى الدورة الأولى من العاملين فى الأقسام الدينية فى الصحف والإذاعة والتلفزيون . ويفتح الباب فى الدورات التالية للعاملين فى الأقسام الأخرى .

٣ - لا تشترط سن معينة في المتقدمين للدورات ( على الأقل فيما يخص الدورة الأولى التي تعتبر تجريبية ) .

٤ - لا يقل عدد الدارسين في الدورة عن ٢٠ دارساً " ولا يزيد عن ٥٠ دارساً فإذا زاد عدد المتقدمين عن ٥٠ دارساً " تجرى قرعة للاختيار ويوضع من لم يفوزوا في القرعة على قائمة الانتظار لدورة تالية .

٥ - يتم الاشتراك في الدورة عن طريق الجهات التي يعمل بها الدارسون وبترشيح من هذه الجهات ولذلك تتم مخاطبة هذه الجهات ودعوتها لترشيح الدارسين .

٦ - تكون المحاضرات من الساعة السابعة إلى الساعة التاسعة مساءً أى بعد انتهاء ساعات العمل الرسمية لأغلب المشتركين في الدورة .

#### ثالثاً : موضوعات المحاضرات :

١ - علم الاتصال وتطبيقاته .

٢ - تشكيل الرأي العام في إطار الدعوة الإسلامية .

٣ - مقومات الحضارة الإسلامية .

٤ - أخلاقيات العمل الإعلامي .

٥ - الإعلام الإسلامي وإشكالياته .

٦ - الإسلام والحضارات الأخرى .

٧ - العطاء الحضاري للإسلام .

- ٨ - الإسلام والعلم .
  - ٩ - نماذج من سماحة الإسلام .
  - ١٠ - الإعلام الوافد ورهانات المستقبل .
  - ١١ - الأشكال الفنية من منظور إسلامي .
  - ١٢ - حرية الرأي والفكر في الإسلام .
  - ١٣ - حقوق الإنسان من منظور إسلامي .
  - ١٤ - أساسيات في الاقتصاد الإسلامي .
  - ١٥ - الإعلام والدعوة .
  - ١٦ - الإعلام والتنمية .
  - ١٧ - الإسلام والقضايا المعاصرة .
  - ١٨ - تخطيط السياسات الإعلامية .
  - ١٩ - المنظمات الإعلامية الإسلامية والتعاون بينها .
  - ٢٠ - الإطار التشريعي للعمل الإعلامي الإسلامي .
- وهذه الموضوعات المقترحة قابلة للتعديل بالإضافة أو الحذف .

#### رابعاً : حوافز المحاضرين :

- ١ - يصرف للمحاضر مبلغ مناسب لقاء المحاضرة .
- ٢ - توجه شهادات تقدير أو خطابات شكر للمحاضرين .

#### خامساً : حوافز الدارسين :

- ١ - يصرف لكل دارس مكافأة تشجيعية ( تقابل بدل انتقال ) ويشترط لذلك نسبة حضور أكثر من ٥٠ بالمائة من المحاضرات .
- ٢ - يلتزم الدارسون بتقديم أبحاث فى موضوعات يختارونها يتراوح عدد صفحاتها بين ١٥ - ٢٠ صفحة . وتقدم هذه الأبحاث خلال الأسبوع الثالث من الدورة ويتم تحكيمها وإعلان نتائجها فى حفل التخرج . وتخصص درجات لمناقشة البحث للوقوف على مستوى الباحث لكى يكون التقييم موضوعياً وشاملاً ودقيقاً .
- ٣ - تخصص جوائز للأبحاث الفائزة بالمراكز الثلاثة الأولى .
- ٤ - يحصل جميع الدارسين على شهادات تفيد بحضور الدورة وتتضمن الشهادات تقديراتهم فيها وترسل خطابات لجهات عملهم .

#### سادساً : إدارة الدورة :

- ١ - تشكل لجنة من ثلاثة أعضاء من لجنة الإعلام الدينى بالمجلس الأعلى للشئون الإسلامية للإشراف على مشروع الدورات .
- ٢ - يخصص مسئول إدارى من المجلس الأعلى للشئون الإسلامية لتولى الأمور الإدارية والمالية للدورات .
- ٣ - تخصص إحدى قاعات المجلس لاستقبال المحاضرات ، كما تخصص غرفة للإدارة .

### سابعاً : مواعيد وترتيبات الدورة :

- ١ - تبدأ الدورة الأولى فى الموعد الذى تحدده أمانة المجلس .
- ٢ - تطلب الأبحاث ( المحاضرات ) من الأساتذة المحاضرين بحيث يتم استقبالها مكتوبة قبل انعقاد الدورة بشهر .
- ٣ - تقوم إدارة المشروع بطباعة المحاضرات كاملة وتجميعها فى حوافظ توزع على الدارسين .

## إعداد الإعلاميين المتخصصين فى الكتابة الاقتصادية من المنظور الإسلامى

كانت الحرب العالمية الثانية التى وضعت أوزارها فى عام ١٩٤٥م نقطة تحول كبرى فى تاريخ البشرية . فقد أسفرت عن توازنات وصفقات واتفاقات غيرت خارطة العالم . ونتج عنها نشوء كتلتين كبيرتين تختلفان فى نظمهما السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

أما الكتلة الأولى فهى الكتلة الغربية بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية ، وهى التى تتبع فى المجال السياسى نظام التعددية الحزبية وتداول السلطة من خلال صناديق الانتخابات وتعتمد فى نظامها الاقتصادى الرأسمالية التى تقوم على آلية السوق والعرض والطلب وحرية العمل والمرور تطبيقاً للقاعدة الذهبية ( دعه يمر - دعه يعمل ) .

وأما الكتلة الثانية فهى الكتلة الشرقية التى تزعمها الاتحاد السوفيتى ( سابقاً ) والتى اعتمدت فى نظامها السياسى على الحزب الواحد والديمقراطية المركزية من خلال الحزب الشيوعى وتنظيماته الهرمية التى تبدأ بالأطفال من سن المدارس الابتدائية حتى آخر

العمر وتعتمد في المجال الاقتصادي على ملكية الدولة لوسائل الإنتاج وتحكمها في عوامل التوزيع منطلقاً من الفكرة المثالية " من كل حسب قدرته ولكل حسب حاجته " .

وكان من الطبيعي أن تصنع كل كتلة الآليات الاقتصادية والعسكرية التي تخدم أغراضها . فعلى مستوى الكتلة الغربية بدأ الاتجاه إلى الوحدة ممثلاً في عدد من المؤسسات الاقتصادية تبلورت في الجماعة الاقتصادية الأوروبية التي تطورت على مدى نحو ٤٠ سنة لتصبح الاتحاد الأوروبي الذي اتسعت قاعدته لتشمل المزيد من الدول . ومن الناحية العسكرية توحدت جهود أوروبا والولايات المتحدة في منظمة حلف شمال الأطلسي ( الناتو ) . وبالمقابل اندرجت دول الكتلة الشرقية اقتصادياً في منظمة التعاون الاقتصادي " الكوميكون " كما ترابطت عسكرياً في إطار منظمة حلف وارسو . وقد انهارت هاتان المنظمتان بانتهاء الاتحاد السوفييتي ومن بعده الكتلة الشرقية بأكملها .

وبين هاتين الكتلتين الكبيرتين دارت الحرب الباردة التي استهدفت توزيع مناطق النفوذ بعد أن خلفت الدولتان العظميان (الولايات المتحدة والاتحاد السوفييتي) القوى الاستعمارية التقليدية (بريطانيا - فرنسا - ألمانيا - هولندا - البرتغال .. إلخ) .

في هذه الظروف كان من الحتمي أن تبحث الدول المتخلفة التي اصطلاح فيما بعد على تسميتها بالدول الآخذة بأسباب النمو ثم الدول

النامية عن سبب لتجميع جهودها وحماية مقدرات شعوبها . ففي ذات الوقت الذى بدأت فيه شعوب هذه البلدان تحصل على الاستقلال السياسى كان عليها أن تحقق الاستقلال الاقتصادى ، وأن تجد صيغة لتوحيد الجهود . فكانت صيغة الحياد الإيجابى التى تحولت إلى عدم الانحياز ثم كانت مجموعة الـ ٧٧ ثم فى مراحل تالية كان حوار الشمال والجنوب ، ثم كانت مجموعة الدول الخمس عشرة .

## خصوصية الأمة الإسلامية

ومع أن الدول الإسلامية تنتمى إلى ما يسمى بالعالم الثالث فإن الأمة الإسلامية تختلف اختلافاً بيئياً . فإذا كان الغرب صاحب حضارة فإن الأمة الإسلامية صاحبة حضارة ورسالة فى ذات الوقت . فالدين الإسلامى عقيدة وشريعة وأخلاق وآداب . وبذلك فإن الدول المستعمرة حرصت فى المقام الأول على إطفاء جذوة هذا الدين فى قلوب أبنائه . وبالمقابل فإن هذا الدين كان دائماً يمثل عنصر المقاومة الرئيسى الذى يحفظ للأمة قدرتها على الاستمرار فى النضال ضد قوى القهر والغصب . كما أنه أول ما يحرص عليه الشعب لدى الحصول على استقلاله . رأينا هذا فى الجزائر التى استمر الاستعمار الفرنسى فيها ما يقرب من ١٣٠ عاماً واعتبرت



جزءاً من فرنسا عبر المتوسط وظل الإسلام هو ركيزة المقاومة الأولى .

وكان أحد الواجبات الأساسية بعد الاستقلال هو التعريب فى مقابل التعريب الذى استمر عشرات السنين . وبالطبع ارتبط بالتعريب استعادة مقومات الدين الإسلامى الذى عملت قوى الاستعمار على محوه . ورأينا ذلك بصورة أشد ضراوة فى جمهوريات آسيا الوسطى ( كازاخستان - تركمانستان - طاجيكستان - أوزبكستان - أذربيجان ) وغيرها من الجمهوريات الإسلامية الصغيرة التى كانت تتضوى تحت راية النظام الشيوعى قسراً وجبراً فى إطار الاتحاد السوفييتى الذى انهار فى صورة ليست لها سابقة فى تاريخ البشرية . وعندما اختارت هذه الشعوب حريتها واستقلالها عن الاتحاد السابق اختارت فى ذات الوقت استعادة هويتها الإسلامية وسارعت كل شعوب هذه البلاد إلى بناء المساجد والمدارس الدينية وإنشاء المناهج وإعداد المقررات الدراسية والكوادر اللازمة لنشر الإسلام وإزالة آثار الشيوعية .

وما أوردناه فى السطور السابقة هو إشارة للتميز والخصوصية اللذين تتمتع بهما الأمة الإسلامية . ونضيف إلى ذلك أنه بفضل هذا التميز وتلك الخصوصية اختلف الأمر بالنسبة لهذه الأمة . لأن نصف القرن الأخير شهد صحوة إسلامية تصاعدت تدريجياً وشهدت تراكمات كمية وتغيرات كيفية نتيجة التفاعل والاستفادة بالتجارب

الماضية وتجارب الآخرين . وقد بدأت هذه الصحوة بالكفاح من أجل الحصول على الاستقلال السياسى لكثير من البلاد الإسلامية التى كانت تخضع للاستعمار ، ثم بناء وتنمية القدرات الخاصة ، ثم محاولة استكشاف الهوية والبحث عن الذات ، ثم العمل على تأكيد هذه الذات داخلياً وخارجياً . وأصبحنا نسمع ونقرأ ونتناقش لأول مرة حول الثقافة الإسلامية والحضارة الإسلامية والاقتصاد الإسلامى والإعلام الإسلامى والأدب الإسلامى والتوجيه الإسلامى للعلوم بتخصصاتها ومجالاتها المختلفة . وصارت هناك دراسات وبحوث جادة حول الإعجاز العلمى للقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة .

## فجوة معرفية

وفى كل مجال من المجالات التى أشرنا إليها ( الاقتصاد – الإعلام – الأدب – العلوم .. إلخ ) تطلب الأمر قدراً هائلاً من الجهد لاستكشاف الأسس وإجراء عمليات التأصيل والانطلاق لاستشراف آفاق المستقبل . وكانت المشكلات الأساسية فى البداية تتمثل فى وجود فجوة علمية :

\* فدارسو الاقتصاد والإعلام والأدب والعلوم المختلفة فى الغالب لم تكن لديهم الخلفية الدينية الكافية التى تساعدهم على تأصيل هذه الدراسات والانطلاق بها من منطلقات إسلامية .

\* وأسائذة العلوم الشرعية ( العقيدة - الأديان - الأصول - الفقه - التفسير والحديث - وغيرها ) لم يكونوا على دراية بالعلوم (الزمنية) تمكنهم من إجراء الربط اللازم والمفيد بين هذه العلوم وعلوم الدين . وكان معرفة الدين شىء ومعرفة العلوم الزمنية شىء آخر مختلف ومتعارض .

وكان لابد أن يمضى وقت طويل ويبدل جهد كبير وينفق مال كثير وتأتى أجيال جديدة قادرة على الجمع والتأليف ( تحقيق التألف ) بين العلوم الشرعية والعلوم الزمنية .

والآن صار هناك بفضل هؤلاء الرواد من الباحثين والتنفيذيين اقتصاد إسلامى له أصوله ومبادئه وممارساته التى تختلف اختلافاً جذرياً وطبيعياً عن الاقتصاد الشيوعى الذى انهار فكراً وممارسة ، وعن الاقتصاد الرأسمالى الذى يعانى من مشكلات هيكلية كانت هى السبب فى نشوء الفكرة الشيوعية أساساً . ومازال علماءه يبحثون دون جدوى عن علاج لأمراض الرأسمالية المزمنة .

## الإعلام الإسلامى والاقتصادى

والآن صار لدينا إعلام إسلامى يستخدم الآليات والتقنيات الحديثة فى مجتمعات مختلفة عن المجتمعات التى استحدثت هذه

الآليات والتقنيات الحديثة ويحاول دعاته أن يشقوا له خطأ مستقلاً لا يقلد القائم ولا يتصادم معه في ذات الوقت .

والآن نبحث عن صيغة للقاء بين الاقتصاد الإسلامى والإعلام الإسلامى . وهو لقاء ضرورى لأن كلا النشاطين ( الاقتصادى والإعلامى ) حيوى لكل مجتمع إسلامى كما هو حيوى لأى مجتمع آخر .

ومع أن عوامل وفرص النجاح أمامهما كبيرة فمازال طريق النمو طويلاً . وما زالت احتياجات التنمية متجددة . وفي ذات الوقت فإن الضغوط التى تتعرض لها المجتمعات الإسلامية حادة وعنيفة ومستمرة سواء أكان ذلك فى المجال الاقتصادى أو المجال الإعلامى وهذا جزء من سعى المجتمعات الغربية للسيطرة على مقدرات الأمة الإسلامية التى تمثل ما يقرب من ربع سكان العالم وتسيطر على قدر هائل من ثرواته الطبيعية ولابد من أن يكون لها مكانها الذى تستحقه فى إطار ما يسمونه النظام العالمى الجديد .

ولابد لنا من أن نعترف بأن العلاقة بين الإعلام الإسلامى — أو الإعلام فى البلاد الإسلامية حتى نكون دقيقين فى التعبير — والاقتصاد الإسلامى ليست هى الصورة المثالية بل ليست الصورة المطلوبة . فهى تتراوح بين :

\* الحماس للاقتصاد الإسلامى والتعريف به وهذا لا يحدث إلا فى حالات نادرة وحسب التوجهات العامة .

\* رفض فكرة وجود اقتصاد إسلامي أصلاً وبالتالي معاداة الفكرة ،  
إما للجهل أو للارتباط بموقف مذهبي معين معاد للإسلام ومعاد  
بالتالي لكل ما ينسب إلى الإسلام .

\* السلبية تجاه الظاهرة ( ظاهرة الاقتصاد الإسلامي ) . وبعض هذه  
السلبية قد يكون راجعاً للجهل ، والبعض منها قد يكون صورة  
للسلبية العامة في أى مجتمع إسلامي .

ويرجع هذا التباين في النظرة والموقف إلى عوامل تتعلق ببعض  
الممارسات الخاصة بمؤسسات تنتسب إلى الاقتصاد الإسلامي  
وأخرى خاصة بالإعلام .

أما ما يتعلق بالاقتصاد الإسلامي فمناه :

— مشكلات بعض شركات توظيف الأموال فى بعض الدول  
الإسلامية وما حدث حولها من تشويش من جانب وضياح لحقوق  
مئات الألوف من المودعين من جانب آخر .

— مشكلات بعض المصارف الإسلامية والصراعات داخل هذه  
المصارف والشكوك حول سلامة معاملاتها . بل والهجوم عليها من  
بعض مؤسسيها مما أعطى لأعداء ومناهضى التجربة سلاحاً  
يحاربون به الظاهرة كلها .

— المواقف الرسمية من المعاملات الإسلامية ومدى تبني الحكومات  
لهذه المعاملات .

— القصور أو التقصير فى التعريف بالأدوار التنموية ومشروعات الخدمة العامة التى تنهض بها المؤسسات الاقتصادية التى تعمل على أسس إسلامية .

— وأحياناً سوء اختيار القنوات التى يتم من خلالها بث الرسائل المراد توصيلها للناس .

وأما الاعتبارات التى تعود إلى الإعلام فمنها :

\* نقص الاهتمام بالقضايا الاقتصادية إلا إذا كانت تمثل مشكلات حالة وحادة مطروحة على المجتمع .

\* نقص الكوادر المتخصصة الدارسة للاقتصاد والفاهمة لأبعاد الاقتصاد الإسلامى بصفة خاصة . فالملتحقون بكليات الاقتصاد أو التجارة فى الغالب لا يدرسون الاقتصاد الإسلامى — إلا قليلاً — واستثناءً — فإذا عمل بعضهم فى الصحافة وهم قلة فإنهم يكونون ناقصى معرفة بالاقتصاد الإسلامى . وخريجوا كليات أو أقسام الإعلام الذين يتجهون للعمل فى مجالات الإعلام المختلفة — صحافة وإذاعة وتلفزيون — لا يدرسون من الاقتصاد إلا قليلاً . وما يدرسونه منه لا يؤهلهم للعمل فى مجال الصحافة الاقتصادية . والذين درسوا فى كليات شرعية ويعملون فى أجهزة الإعلام لا تكون لديهم خلفية اقتصادية ، والجميع يعانون فى الغالب من نقص فى معرفة اللغات .

\* إننا عندما نتحدث عن قطاع من الإعلام محدد هو الصحافة سوف نجد ثلاث شرائح محددة هي :

أ - الصحف والمجلات العامة سواء أكانت حكومية أم حزبية أم تجارية أم خاصة .

وهذه اهتمامها بالنواحي الاقتصادية محدود وموجه حسب السياسات الاقتصادية العامة للدولة .

ب - الصحف والمجلات المتخصصة في الدين والقدر المتاح فيها من الدراسات أو المعلومات الخاصة بالاقتصاد محدود .

ج - الصحف والمجلات الخاصة والمتخصصة في الاقتصاد وهذه توجه إلى المتخصصين ومن متخصصين . وقليل منها يعتنى بالاقتصاد الإسلامى . ولا يستثنى من ذلك سوى المطبوعات التى تكون صادرة عن مؤسسات اقتصادية إسلامية أو مؤسسات علمية ومراكز بحث إسلامية .

ونتيجة لهذه الأوضاع كلها فإن القدر المتوافر للإنسان العادى من المعلومات عن الاقتصاد الإسلامى قدر محدود ولا يكفى لتكوين ثقافة اقتصادية إسلامية .

بل قد يكون مشوشاً ومشوهاً بحيث يودى إلى نتائج سلبية . وإذا كان أحد الأهداف الاستراتيجية للإعلام تكوين رأى العام والتأثير فيه وتعديل الأنماط السلوكية فإن القدر المتاح من المعلومات عن الاقتصاد الإسلامى لا يكفى لتكوين رأى عام متعاطف مع الاقتصاد

الإسلامى . وحتى الفئة المتعاطفة نجد أن تعاطفها ليس مبنياً على فهم وقناعة عقلية بقدر ما هو تعاطف مع الفكرة الإسلامية . وفى ظننى أنه لو أجرى استطلاع رأى بين شرائح مختلفة من أى مجتمع إسلامى عن قضايا الاقتصاد الإسلامى فسوف تكون النتيجة صدمة بسبب نقص المعلومات أو تشويهها .

#### وهذا يفرض أمرين :

الأول : ضرورة إيجاد صيغة للعلاقة بين أجهزة الاقتصاد الإسلامى وأجهزة الإعلام تضمن تدفق المعلومات ووصول رجع الصدى من ناحية أخرى . وبهذا تصل رسالة الاقتصاد الإسلامى إلى أجهزة ووسائل الإعلام ومنها إلى قطاعات الجماهير المختلفة . وفى ذات الوقت تتلقى أجهزة الاقتصاد الإسلامى ردود الفعل التى تساعدها فى بناء سياساتها المستقبلية وتعديل خطواتها وإصلاح أخطائها .

الثانى : - وهذا هو المهم - النظر فى البدء فى تكوين وإعداد وتدريب الكوادر الإعلامية العاملة فى مجال الصحافة الاقتصادية سواء فى الصحف العامة أو المتخصصة - فيكاد الباحثون والممارسون للعمل الإعلامى يجمعون على أن من أهم أوجه القصور نقص الكوادر المؤهلة والمدرّبة . وفى هذا المجال بالذات نحن نريد إعلاميين يمسون بزمam فنون الإعلام وتتوافر لهم ثقافة اقتصادية إسلامية . ومن المهم هنا أن نسترعى النظر إلى أن الإحساس بمشكلة الإعلام الإسلامى قائم منذ فترة ولذلك فقد عقدت المؤتمرات على



المستوى الوزارى وصدرت موافق الشرف وعقدت الندوات العلمية التى كانت آخرها ندوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية وقد نظمتها فى القاهرة - فى الفترة من ٧-٥ جمادى الأولى ١٤١٥هـ ، ١٠-١٢ أكتوبر ١٩٩٤م - المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة ورابطة الجامعات الإسلامية والجمعية الوطنية المصرية للتربية والعلوم والثقافة . ودرست الندوة عدة قضايا تتعلق بالإعلام الإسلامى وأصدرت عدة توصيات ما يهمنى منها هنا هو ضرورة نقل الخبرات والتجارب والمعلومات وإعداد المناهج وتدريب الكوادر اللازمة للعمل فى المجال الإعلامى .

كذلك بدأ منذ وقت مبكر الاهتمام بقضايا الاقتصاد الإسلامى . وعقدت سلسلة متصلة من المؤتمرات والندوات بل وأنشئت مراكز بحثية للاقتصاد الإسلامى فى جامعة الملك عبد العزيز بجدة - المملكة العربية السعودية - وجامعة الأزهر بالقاهرة - جمهورية مصر العربية - . وإذا كانت هذه المراكز والمؤتمرات والندوات قد أعدت بالفعل العديد من الدراسات والأبحاث العامة ونجحت فى تأصيل المعاملات الاقتصادية المعاصرة والكشف عن جوانب الجمال والكمال والتميز فى الاقتصاد الإسلامى ومحاولات تقنينه وتبنيه ( أى وضعه فى بنود محددة ) فإن ذلك لم يصل للجمهور العام ، بل وربما الجمهور المتخصص المعنى بهذه القضايا على نحو عام .

وإذا كان الحوار بين الخبراء والتنفيذيين الاقتصاديين وكبار خبراء الإعلام والكتاب مفيداً في تحقيق قدر متزايد من التفاهم والتفاعل فإن ذلك يجب أن يكون مرحلياً وأن يكون الهدف الأبعد — مع استمرار اللقاءات على هذا المستوى — هو الوصول إلى القاعدة العريضة من العاملين في الصحافة الاقتصادية سواء في الصحف المتخصصة أو العامة — وذات الشيء ينطبق على وسائل الإعلام الأخرى .

وقد يكون من السهل طرح عدد من التوصيات بإجراء تعديلات في المناهج في بعض الكليات والمعاهد العليا بحيث نضمن لخريجها الحصول على قدر ما من الثقافة الاقتصادية الإسلامية . أو اقتراح إدخال مناهج الاقتصاد الإسلامي في كليات التجارة في الدول الإسلامية أو إنشاء معاهد متخصصة . ولكن من الذي يضمن أن خريجي هذه الكليات والمعاهد سوف يعملون بالضرورة في أجهزة الإعلام المختلفة وفي أقسام الاقتصاد بها .

## برنامج عملي

الحل البديل إذن والأنسب — من وجهة نظرنا — هو إضافة لكل ذلك التعامل مع الواقع والعمل على تعديله تدريجياً وفي المدى الطويل من خلال دورات تدريبية دورية مكثفة لأعداد من المحررين الاقتصاديين على المستويات المختلفة .

أ - مستوى الكتاب ورؤساء الأقسام وتتخذ شكل حلقات نقاشية حول موضوعات محددة .

ب - مستوى المحررين العاديين والجدد وتتخذ شكل الدورات التدريبية المكثفة التي تستغرق الندوة بين أسبوع وأسبوعين ، ويوضع لها برنامج للمحاضرات وحلقات للمناقشة حول العديد من القضايا الاقتصادية بدءاً من التعريف بالاقتصاد الإسلامى مروراً بموقف الإسلام من المشكلة الاقتصادية ومعالجة الإسلام للفقر .. إلخ .

ومن الممكن وضع برنامج تفصيلي لمثل هذه الندوات من خلال مجموعة عمل مشتركة تضم نخبة من الاقتصاديين والإعلاميين .

وكأفكار أولية لضمان نجاح هذه الدورات التدريبية :

١ - يستحسن أن تضم الدورات إلى جانب الدراسات النظرية إضافة مهارات جديدة مثل دورات لغة تنشيطية أو دورات كمبيوتر سريعة .

٢ - لا يكون للدورات رسوم حضور بل يفضل أن يكون ثمة حافز لحضور هذه الدورات .

٣ - ثمة جهات عدة يمكن الاعتماد عليها فى تمويل مثل هذه الدورات مثل البنك الإسلامى للتنمية - رابطة العالم الإسلامى - مجموعة دلة البركة - بنك دى الإسلامى - بنك فيصل الإسلامى - والاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية ، وجهات أخرى يمكن أن تنهض بالجانب العلمى مثل مركز الاقتصاد بكلية الاقتصاد والإدارة

بجامعة الملك عبد العزيز فى جدة ومركز صالح كامل للاقتصاد  
الإسلامى بجامعة الأزهر بالقاهرة وغيرهما .

٤ - يفضل أن تكون الدراسات باللغتين العربية والإنجليزية حتى يتم  
اجتذاب أعداد من أبناء الدول الإسلامية غير العربية . وقد يمكن  
الاتفاق مع إحدى هذه الدول ( مثل ماليزيا أو أندونيسيا ) لاستضافة  
بعض هذه الندوات .

٥ - فى حالة الموافقة على مثل هذا المشروع يمكن من خلال لجنة  
خاصة ترجمة الأفكار المطروحة إلى خطة عمل .

٦ - فى جميع الحالات يجب أن يبقى الاتصال قائماً بين الجهات  
العلمية المنظمة لهذه الدورات وخريجيهما وتزويدهم بكل ما يستجد من  
معلومات .

٧ - قد يكون من المهم أن تهتم جهة ما بوضع برنامج لنشر كتيبات  
ودراسات موجزة حول القضايا الاقتصادية المختلفة من منظور  
إسلامى ويتم توزيعها على نطاق واسع فى قطاع الإعلام لتوسيع  
قاعدة الاهتمام والاستفادة بهذه المعلومات .

\_\_\_\_\_

## محتويات الكتاب

الموضوع	الصفحة
— تقديم أ. د. محمود حمدي زقزوق	
وزير الأوقاف .....	٥
— مقدمة المؤلف .....	٩
— الإعلام الإسلامى	
وتحديات القرن الحادى والعشرين .....	١٣
— توظيف الإعلام فى خدمة الدعوة .....	٣١
— تخطيط الحملات الإعلامية .....	٥٩
— التمويل والإرادة السياسية	
وقضايا الأمة .....	٦٧
	١٠٩

---

— دور الإعلام في طرح قضايا الخطاب الدينى ..... ٧٧

— الثقافة الدينية للإعلاميين ..... ٨٥

— إعداد الإعلاميين المتخصصين فى الكتابة  
الاقتصادية من المنظور الإسلامى ..... ٩٣

---



طبع بمطبعة وزارة الأوقاف

---

